

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA EVROPSKÉ INTEGRACE

Význam pivovarnického průmyslu pro hospodářství Evropské unie

The Importance of the Brewing Industry for the Economy of the European Union

Student: Bc. Lucie Hřebíčková

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Fojtíková Lenka, Ph.D.

Ostrava 2015

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra evropské integrace

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Lucie Hřebíčková**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **6210T004 Eurospráva**
Téma: **Význam pivovarnického průmyslu pro hospodářství Evropské unie**
Importance of the Brewing Industry for the Economy of the European Union

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretické vymezení struktury ekonomiky
3. Pivovarnický průmysl a jeho postavení v unijní ekonomice
4. Nástroje a opatření na podporu pivovarnického průmyslu v EU
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

FOJTÍKOVÁ, Lenka a kol. *Postavení Evropské unie v podmínkách globalizované světové ekonomiky*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2014. s. 364. ISBN 978-80-248-3333-0.
KRPEC, Oldřich a Vladan HODULÁK. *Evropa ve světové ekonomice. Historická perspektiva*. Praha: Masarykova univerzita, 2012. s. 414. ISBN 978-80-210-6146-0.
KUNEŠOVÁ, Hana et al. *Světová ekonomika. Nové jevy a perspektivy*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014. s. 386. ISBN 978-80-7400-502-2.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Lenka Fojtíková, Ph.D.**

Datum zadání: 21.11.2014

Datum odevzdání: 25.04.2015



Ing. Boris Navrátil, CSc.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci včetně příloh vypracovala samostatně a uvedla v seznamu literatury všechny použité literární a odborné zdroje.“

V Ostravě 23. dubna 2015



.....
Bc. Lucie Hřebíčková

Ráda bych poděkovala mé vedoucí práce, doc. Ing. Lence Fojtíkové, Ph.D., za odborné konzultace a přípravu, kterou mi věnovala při psaní mé diplomové práce.

Obsah

1	Úvod.....	- 4 -
2	Teoreticko-metodologická část	- 6 -
2.1	Vymezení průmyslových odvětví.....	- 6 -
2.2	Průmyslová politika.....	- 10 -
2.3	Průmyslová politika EU	- 13 -
2.4	Shrnutí	- 17 -
3	Pivovarnický průmysl a jeho postavení v unijní ekonomice	- 19 -
3.1	Faktory ovlivňující oblast pivovarnictví.....	- 20 -
3.2	Evropský pivovarnický průmysl v globálním kontextu.....	- 22 -
3.3	Pivovarnický průmysl v EU	- 24 -
3.4	Shrnutí	- 43 -
4	Nástroje a opatření na podporu pivovarnického průmyslu EU.....	- 44 -
4.1	Instituce podporující pivovarnický průmysl	- 48 -
4.2	Predikce vývoje pivovarnického průmyslu	- 58 -
4.3	Shrnutí	- 59 -
5	Závěr	- 61 -
	Seznam použité literatury	- 64 -
	Seznam zkratek	- 74 -
	Seznam grafů, obrázků a tabulek	
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	
	Seznam příloh	

1 Úvod

Pivo patří k jednomu z nejoblíbenějších alkoholických nápojů na světě. Mezi tradiční destinace výroby a konzumace piva patří Německo a Česká republika. Obecně lze však říci, že u vyspělých ekonomik dochází k poklesu objemu výroby piva, což je dáno snižující se spotřebou piva v jednotlivých státech a narůstá podíl rozvíjejících se ekonomik na světovém pivovarnictví. Globalizace a její dopady mají vliv na spotřebitelské chování, neboť se mění preference spotřebitelů především v důsledku změny životního stylu. V posledních letech roste obliba ochucených nízkoalkoholických či nealkoholických piv, která působí na snižování výroby tradičních piv.

Předmětem zkoumání této diplomové práce je pivovarnický průmysl a jeho význam pro hospodářství EU. V posledních desetiletích je jedním z hlavních témat odborné diskuze a výzkumu globalizace a její vliv na zkoumané jevy. Obecně globalizace světové ekonomiky dopadá na různé oblasti a postihuje téměř všechny země, ale rozdílnou měrou. Evropská unie, jakožto největší ekonomický komplex, podléhá těmto globalizačním procesům na jedné straně, a na druhé straně je jedním ze subjektů světové ekonomiky, které tyto změny vyvolávají. Přesto, že pozice EU ve světové ekonomice slábne, stále zaujímá významnou roli při řešení současných otázek, které se vyskytují nejen v ekonomické, politické a vojenské oblasti (Fojtíková a kol., 2014).

Hlavním cílem této práce je představit problematiku a význam evropského pivovarnictví, a zjistit, které faktory jej ovlivňují. Dílčím cílem je analyzovat nové přístupy podpory evropského pivovarnictví a vytvořit přehled o hlavních projektech, které se zabývají právě podporou této oblasti na evropské úrovni. V rámci práce byla vytyčena následující výzkumná otázka:

- Jaké faktory ovlivňují evropský pivovarnický průmysl?

Na základě této otázky pak byla zformulována hypotéza:

- Evropský pivovarnický průmysl je důležitou oblastí, která se významně podílí na tvorbě HDP a zaměstnanosti členských zemí EU.

Po první kapitole s názvem úvod následuje druhá kapitola, která je zaměřena zejména na vymezení a klasifikaci průmyslu z pohledu různých teoretických přístupů. V této části práce je také analyzována průmyslová politika a její nástroje. Charakterizována je také průmyslová politika EU včetně institucí, které utváří průmyslovou politiku v EU.

Třetí kapitola definuje faktory působící na průmyslovou politiku obecně a charakterizuje pivovarnický průmysl EU z hlediska výroby, spotřeby a obchodu. Obsahem této kapitoly je také zjistit dopady světové finanční a ekonomické krize na pivovarnický průmysl v EU. Hlavní pozornost je zde zaměřena na rozbor zjevných komparativních výhod a vlivu pivovarnického průmyslu na zaměstnanost v EU. Součástí této části práce je také detailněji zmapovat pivovarnický průmysl v členských zemích EU.

Cílem čtvrté kapitoly je nastínit institucionální podmínky pro rozvoj pivovarnického průmyslu v Evropské unii, včetně nástrojů a opatření, které se zaměřují na podporu pivovarnického průmyslu v EU.

Při zpracování jednotlivých kapitol byly nejčastěji použity obecně teoretické metody vědecké práce a matematicko-statistické metody. V druhé kapitole s názvem Teoretické vymezení struktury ekonomiky byl pojem průmysl *systemově analyzován* a vycházelo se ze zdrojů, jež byly publikovány domácími i světovými autory. Při zpracování třetí kapitoly byla provedena *analýza* zaměřená na vymezení pivovarnického průmyslu Evropské unie. Vlastní empirická analýza této části práce směřovala do oblasti dopadů pivovarnického průmyslu na unijní ekonomiku, přičemž byly použity matematicko-statistické metody. Vlastní výpočty byly provedeny pro období 2007-2013, neboť tento časový úsek vystihuje dopady světové finanční krize, která se šířila světem od roku 2007. Při zpracování čtvrté kapitoly byla použita především *metoda deskripce*, sloužící k popisu národních institucí podporující pivovarnický průmysl v členských zemích EU. Pomocí *deduktivní metody* byly vyvozeny hlavní závěry o budoucnosti pivovarnického průmyslu v EU.

Data, která byla v diplomové práci použita, byla čerpána z odborné literatury, oficiálních zpráv publikovaných odbornými institucemi, jako jsou Brewers of Europe, Eurostat či národní svazy zastupující pivovarnický průmysl v jednotlivých členských zemích EU.

2 Teoreticko-metodologická část

V rámci národního hospodářství je používáno základní členění sektorů ekonomiky na **primární sektor**, který je představován surovinami, **sekundární sektor**, který je tvořen výrobou a průmyslem, **terciární sektor** představován oblastí služeb a **kvarterní sektor**, jež je nazýván jako znalostní sektor. Primární sektor je někdy také označován jako zpracovatelský nebo výrobní sektor a zahrnuje všechna odvětví lidské činnosti, jež přeměňují suroviny na výrobky či zboží. Do sekundárního sektoru je zařazeno druhotné zpracování surovin, výroby potravinářských výrobků, textilní průmysl a průmyslová výroba. Sekundární sektor se značné podílí na tvorbě hodnoty hrubého domácího produktu (HDP) a je hnací silou ekonomického růstu. Z toho důvodu je klíčovým prvkem rozvinutých ekonomik, přestože vyspělým ekonomik dominuje terciární sektor (Dvořáček, 2003).

2.1 Vymezení průmyslových odvětví

Pro vymezení průmyslu se využívá klasifikace ekonomických činností a odvětví. Je používá zejména ke statistickým účelům, při sestavování národních účtů, vymezení daní, cenové regulaci, kategorizaci odpisů majetku, odvozech do státního rozpočtu atd. Existuje však celá řada národních i mezinárodních členění, která se postupně harmonizují.

Mezinárodně používané a uznávané klasifikace ekonomických činností jsou:

- **ISIC** (International Standards Industrial Classification of all Economic Activities) je klasifikace ekonomických činností, která je uspořádána tak, že subjekty jsou zařazeny v jednotlivých oblastech podle činnosti, kterou vykonávají. Toto členění lze využít na národní i mezinárodní úrovni v oblasti výroby, zaměstnanosti, HDP atd.
- **NAICS** (North American Industry Classification System Statistical Bureau of US, Canada and Mexico), který byl vyvinut ve spolupráci s Kanadou a Mexikem představuje jeden z nejkomplexnějších ukazatelů průmyslu, neboť odráží změny v jednotlivých odvětvích a tím umožňuje analyzovat měnící se procesy v ekonomice.
- **ANZSIC** (Australian and New Zealand Standard Industrial Classification) představuje standardní průmyslovou klasifikaci pro oblast Austrálie a Nového Zélandu. Statistika byla vytvořena v roce 2006 a slouží k sestavení a analýze průmyslu v těchto oblastech.
- **SIC** (Standard Industrial Classification US Production). Tento ukazatel byl využíván od roku 1930, kdy ekonomické scéně dominovala USA. V průběhu 60. let 20. století

dochází ke značným změnám této klasifikace, což odráží měnící se průmyslové složení ekonomik. V posledních letech tento ukazatel není příliš využíván a je nahrazován klasifikací NAICS.

- **ICB** (Industry Classification Benchmark Dow Jones) je systém více než 70 tisíc firem a cenných papírů po celém světě. Díky tomuto ukazateli mohou být jednotlivé mezinárodní společnosti mezi sebou srovnávány.
- **GICS** (Global Industry Classification Standard) představuje ukazatel, který byl vytvořen pro potřeby finanční burzy. Tento ukazatel se skládá z 10 sektorů, 24 průmyslových skupin, 67 průmyslových odvětví a 156 dílčích odvětví. Jeho hlavním cílem je zvýšit investice do výzkumu a majetkového managementu a tím pružněji reagovat na globální finanční změny.
- **TRBC** (Thomson Reuters Business Classification), který klasifikuje více než 72 tisíc společností z více než 130 zemí. Díky tomuto ukazateli je možné identifikovat, sledovat a analyzovat průmyslové podniky po celém světě.
- **NACE** (Nomenclaturegénérales des activitéséconomiquesdans les Communautés Européennes), využíván v Evropské unii (ManagementMania, 2014).

Ekonomické činnosti vykonávané v rámci české ekonomiky byly až do roku 2007 statisticky rozděleny podle odvětvové klasifikace ekonomických činností (OKEČ). Struktura OKEČ byla téměř totožná s klasifikací NACE, jež je používána v zemích Evropské unie (Dvořáček, 2003). Zkratkou NACE je představována klasifikace ekonomických činností, kterou používá Evropská unie od roku 1970 (dříve Evropské společenství). Avšak od roku 2008 je v ČR používána klasifikace ekonomických činností CZ-NACE, jež nahradila zmiňovaný OKEČ. CZ-NACE je vypracována podle mezinárodní statistické klasifikace. Data, o činnostech v mnoha ekonomických oblastech a data, která vzniknou za použití klasifikace NACE, lze srovnávat v rámci celé Evropské unie. Pro všechny členské státy Evropské unie je používání NACE povinné. NACE je rozdělena na činnosti, resp. oblasti ekonomických činností tak, že každé statistické jednotce, jež vykonává nějakou ekonomickou činnost, lze přiřadit některý kód NACE. Ekonomickou činností rozumíme výrobu nějakého výrobku či poskytování služby při použití kombinace výrobních prostředků, práce, výrobních postupů a meziproductů. Činnost, jak je definována pro použití NACE, může zahrnovat buď jen jeden výrobní postup, nebo se může skládat z několika postupů, z nichž je každý popsán v jiné kategorii klasifikace. V případě, že je výrobní postup organizován jako ucelená série činností

v rámci jedné statistické jednotky, za ekonomickou činnost se považuje celý takový výrobní postup. Při třídění klasifikace NACE nezáleží na typu vlastnictví statistické jednotky. Výrobní činnosti jsou popsány nezávisle na tom, zda jsou vyrobeny mechanicky nebo ručně, nebo zda se tak děje v továrně či v domácnosti (OnBusiness, 2013).

V průmyslu má každý ekonomický prvek nejen odvětvový či oborový aspekt, ale i aspekt prostorový (územní). Prostorové hledisko ovlivňuje jak podmínky průmyslového reprodukčního procesu, tak i konečné výsledky. Rozhodnutí o místě podnikání je proces týkající se samotných podniků. U průmyslového podniku se přitom rozhodnutí o volbě stanoviště podnikání projevuje s dlouhodobým účinkem. Na rozmístění průmyslu však působí řada faktorů, např. přírodní podmínky, vědecko-technický rozvoj, blízkost trhu, dopravní podmínky, úroveň infrastruktury atd. Existují i faktory, které na rozmístění průmyslové výroby působí negativně, a to především z pohledu zahraničního investora. Jedná se o politickou nestabilitu, nestabilitu měny, vysokou kriminalitu apod. Rozmísťování, neboli dislokace, vytváří územní strukturu průmyslové výroby a má makroekonomický charakter. Oproti tomu lokalizace představuje umístění určité průmyslové výroby do konkrétních podmínek daného území a má mikroekonomický charakter. Faktory, které ovlivňují lokalizaci lze rozdělit na měkké a tvrdé. Tvrdé faktory jsou základem pro výběr stanoviště a měkké faktory jsou pro podnikání důležité, avšak obtížně měřitelné. Přehled základních měkkých a tvrdých lokalizačních faktorů uvádí tabulka 2.1

Tab. 2. 1 Základní lokalizační faktory

Tvrdé faktory	Měkké faktory	
	podnikání	personální
<ul style="list-style-type: none"> • Situace na trhu • Doprava • Pracovní síly • Nabídka ploch • Výše nájemného • Dostupnost energií • Náklady na životní prostředí • Místní daně 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospodářské klima • Kvalita a dostupnost místní správy • Image města (regionu) • Odvětvové kontakty • Komunikace a možnosti kooperace • Vysoké školy a výzkum soustředěný v regionu • Řídící schopnosti podnikatelských svazů 	<ul style="list-style-type: none"> • Bydlení • Kvalita životního prostředí • Školy • Sociální infrastruktura • Možnosti využití volného času • Přitažlivost regionu

Pramen: Dvořáček, 2009, vlastní zpracování.

Základ pro rozvoj všech odvětví národního hospodářství vytváří infrastruktura, do které patří doprava, energetika, bytové hospodářství, zdravotnictví, školy, výzkumné instituce atd. Na rozmístění průmyslu působí také přírodní podmínky, které jsou představovány surovinovou a palivovou základnou, vodohospodářskými poměry a geografickým prostředím. Neustále se také zvyšuje **význam vody** pro rozmístění průmyslu, neboť pro řadu odvětví představuje voda základní surovinu (např. v průmyslu potravinářském, chemickém apod.) Pro některé odvětví je voda nezbytnou podmínkou pro zajištění technologických procesů (zejména pro hutnictví, průmysl papíru a celulózy). **Geografické prostředí** ovlivňuje rozmístění zejména klimatickými podmínkami daného území, reliéfem terénu, přirozenými vodními toky, geografickými a hydrologickými podmínkami, požadavky na životní prostředí. **Pracovní síly** mohou ovlivňovat rozmístění průmyslové výroby z hlediska kvalifikace, pohlaví a věku. I přesto, že význam pracovních sil jako lokalizačního faktoru na území daného státu je vlivem vědecko-technologického rozvoje snižován, v rozmístění je nutné respektovat i záměry sociální, tj. vytváření pracovních příležitostí pro obyvatelstvo daného území. **Vědecko-technologický rozvoj** umožňuje snižovat závislost rozmístění průmyslu na přírodních podmínkách a na zdrojích pracovních sil. Mnohostranný vliv na rozmístění všech průmyslových odvětví a jejich vzájemné vztahy mají **formy společenské organizace** výroby. Specializace, kooperace a koncentrace výroby vyžadují optimální rozměry a optimální počty firem, které jsou určovány územními podmínkami. V případě růstu koncentrace výroby na určitém území dochází k vytváření územních komplexů. Tyto komplexy usnadňují technologické a komunikační vztahy průmyslových závodů, zabezpečují společné využívání služeb, výroby a infrastruktury, snižují investiční, výrobní a dopravní náklady. **Dopravní podmínky** jsou spojeny s otázkami vzdálenosti přepravy surovin a konečné produkce, nákladů na přepravu, existující komunikační sítě a její propustnosti. Důležitý je tento faktor v případě, že dopravní náklady tvoří významnou položku v celkových nákladech podniku. Důležitou roli zde mají také **pobídky pro investování** nabízené vládou daného státu. Zdroje, velikost a struktura investic ovlivňují rozmístění jak budováním nových závodů, tak modernizací a rekonstrukcí dosavadních závodů. Na rozmístění výroby působí i **charakter historicky vzniklého rozmístění**. Příkladem může být vybudování těžkého průmyslu na Ostravsku, který zaměstnával především muže, a neexistence dostatečných pracovních příležitostí pro ženskou pracovní sílu vedly k rozhodnutí umístit do této oblasti takové výroby, které zabezpečovaly vhodnou práci pro ženy. **Vybudovaná výrobní i sociální infrastruktura** vytváří dobrou základnu pro efektivní územní rozvoj. Dochází k rozvoji aglomerací, například Manchester ve Velké

Británii. **Vytváření územní struktury** má v současnosti selektivní charakter. Je orientováno na další rozvoj již existujících oblastí a na podporu výrobních i nevýrobních činností v různých oblastech. Podnikatel musí při rozhodování o volbě stanoviště svého podnikání posoudit výrobní a odbytové náklady u míst, z nichž si může vybrat. Nejvhodnější je volba, která mu nejvíce zhodnotí vložený kapitál.

2.2 Průmyslová politika

Průmyslová politika představuje soubor opatření přijatých vládou, která jsou zaměřena na ovlivňování výkonnosti dané země. Většina vládních opatření v rámci průmyslové politiky zasahuje i do jiných oblastí, jako je regionální politika, soutěžní politika atd. Opatření, jež jsou činěna vládou, vychází z cílů průmyslové politiky a ze základních teoretických koncepcí. Obecně se předpokládá, že jeden z cílů vlády je zlepšování životních podmínek svých občanů. Toho je dosaženo, když jsou zdroje přidělovány efektivně a bohatství roste rychleji, než v jiných zemích (tzv. lepší mezinárodní konkurenceschopnost). Průmysl je důležitým článkem v procesu tvorby bohatství z mnoha důvodů, například možnost obchodování s výrobky, jež má pozitivní dopad na růst produktivity, zavádění nových technologií a dokonce i na úzké propojení mezi výrobou a službami (Bailey a De Propriis, 2009).

Průmyslová politika má jak makroekonomický, tak mikroekonomický charakter. S mikroekonomií je spojena díky vztahu firmy a trhu, tržní struktury a chování podniků. K makroekonomii má blízko přes otázky agregátní poptávky a nabídky, ekonomického růstu, inflace, nezaměstnanosti a vzájemného přizpůsobování ekonomik v mezinárodním prostředí. Průmyslovou politiku lze rozčlenit na horizontální a vertikální. **Horizontální průmyslová politika** tzv. tržní, představuje pro všechny podnikatelské subjekty stejné podmínky. Kdežto **vertikální (cílená) průmyslová politika** má selektivní charakter a vláda společně s pomocí finančních subjektů napomáhá s restrukturalizací a vytvářením podmínek pro samotnou existenci. Této pomoci se dostávalo zejména velkým podnikům jako Zetor Brno, Temelín apod. Další členění průmyslové politiky je představováno dělením na **centralizovanou** průmyslovou politiku, kde hlavní cíle jsou brány z hlediska celého státu a **decentralizovanou** (lokální). S postupující globalizací dochází k růstu významu decentralizované průmyslové politiky, která se zaměřuje především na regiony. Tento typ členění však vyžaduje upřesnění kompetencí jednotlivých orgánů (centrálních a územně samosprávných), neboť má spojitost s čerpáním finančních prostředků z kohezního fondu Evropské unie (EU).

V širším pojetí zahrnuje průmyslová politika všechny nástroje vlády, a to jak makroekonomické, tak mikroekonomické, kterými je ovlivňován průmyslový rozvoj. Přehled jednotlivých nástrojů ukazuje tabulka 2.2.

Tab. 2. 2 Nástroje průmyslové politiky

Nástroje tržní		Nástroje finanční a ostatní	
Regulace pravidel	Regulace proměnných	Finanční	Ostatní
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšení transparentnosti trhu • zvýšení mobility faktorů 	<ul style="list-style-type: none"> • vstup na trh • konkurenční vztahy • nabízené množství • cenová tvorba 	<ul style="list-style-type: none"> • cla • daně • tarify • prostředky pro tržní intervenci 	<ul style="list-style-type: none"> • tržní intervence • stát jako zákazník • stát jako podporovatel

Pramen: Tetřevová, et al., 2009, vlastní zpracování.

Předmětem zájmu mnoha institucí je **zvýšení transparentnosti trhu**. Jedná se především o odstranění neviditelných překážek a zavedení standardizovaných požadavků. **Zvýšení mobility výrobních faktorů**, zejména práce, je jedním z prioritních úkolů nejen Evropské unie. Ve většině členských zemí EU převládá neochota lidí stěhovat se za prací, a proto je nutné vytvořit takové podmínky, které by tuto ochotu zvýšily. Regulace **vstupu na trhy** spočívá v tom, že stát reguluje vstup subjektů na určité trhy. Tato regulace vychází zejména z cenových a sociálních důvodů. **Konkurenční vztahy** jsou představovány samotnou existencí konkurence na trhu. Smyslem působení konkurenčních vztahů je ochrana jednotlivců a domácností. Ve většině zemí dohlíží na korektnost a adekvátnost konkurenčních vztahů antimonopolní úřad. **Regulace nabízeného množství** je nástroj, který podporuje domácí výrobce, jelikož na dovážené zboží jsou uvalovány kvóty. Téměř v každé tržní ekonomice je uplatňována **regulace cenové tvorby**, přičemž cílem je zachování sociálního smíru. Nejběžněji regulovanými cenami jsou ceny související s bydlením, dopravou, poštovními službami apod. Základní nástroj pro obchodní politiku představuje **stanovení cel**. V současnosti však převládají tendence k odstraňování cel, především díky vzniku celních unií. Univerzálním příkladem je Evropská unie. Přesto obchody mimo EU jsou stále zatíženy clem jako nástroj ochrany domácích producentů. Cla přitom mají negativní efekt na konečného spotřebitele, neboť zvyšují cenu konečného produktu a zároveň umožňují přežívat neefektivním výrobcům na domácím trhu. **Daňová politika** patří mezi základní nástroje hospodářské a průmyslové politiky. Financování jednotlivých zemí se odvíjí

od vztahu mezi příjmy a výdaji veřejných rozpočtů, přičemž drtivou většinu příjmů veřejných rozpočtů tvoří daňové příjmy. **Tržní intervence** jsou typické pro trh zemědělské produkce, kde smyslem je zabezpečení potřeb trhu s tím, že nesmí dojít ke snížení schopnosti zemědělců reagovat na tržní podněty. Prostředky pro tržní intervence jsou většinou soustředěny v různých fondech. Kromě role tvůrce a kontrolora pravidel, vystupuje **stát jako zákazník**, který poptává širokou škálu statků. **Stát** však může rovněž působit **jako mecenáš**, nebo-li finanční podporovatel. Příkladem toho může být podpora v oblasti nákupu kulturních statků pro státní muzea a galerie (Tetřevová et al, 2009). Klíčovou roli, v oblasti průmyslu, ve většině průmyslově vyspělých zemích, hraje **podpora inovačního procesu**. Podpora výzkumu a vývoje vychází z nutnosti zvyšovat konkurenceschopnost vyráběné produkce a národních ekonomik na světových trzích. I přesto, že se jednotlivé země orientují na podobné oblasti (zejména informační technologie, vědu a výzkum, nové energické zdroje apod.), existují v těchto zemích rozdílné přístupy k podpoře výzkumu a vývoje. Úloha průmyslové politiky v oblasti podpory inovačního procesu spočívá především v rozhodnutí o prioritách, které budou státem podporovány. Poté je řešena otázka, zda budou priority zabezpečovány domácím výzkumem a vývojem, nebo zda bude podporováno přebírání základních poznatků, které byly učiněny v zahraničí. Tyto dva způsoby závisí na prostředcích, které stát na tuto podporu může vynaložit, na úrovni domácí vědeckovýzkumné základny, na tom, zda je možné zabezpečit nově získané poznatky v přijatelném čase s možnostmi praktického využití. Rychlé zavádění výsledků výzkumu a vývoje do praxe je důležitým faktorem pro udržení nebo zvýšení konkurenceschopnosti průmyslu a jeho odvětví. Státy s rozvinutou tržní ekonomikou zabezpečují prosazování pozitivních změn prostřednictvím **stimulace investic**. Tato stimulace je zajišťována obecnou makroekonomickou politikou a specifickými opatřeními průmyslové politiky. Zatím co makroekonomická politika vytváří všeobecné podmínky pro investování, průmyslová politika stimuluje investiční aktivitu v průmyslu. **Finanční opatření** vystupují nejčastěji v podobě poskytování úvěrů za výhodných sazeb a v podobě záruk na úvěry. Tato opatření jsou vázána na konkrétní investorskou činnost a na některé z nich mohou být poskytnuty nenávratné dotace. Do **nefinančních opatření** je řazeno u zemí s rozvinutou tržní ekonomikou zabezpečení infrastruktury a podnikatelských služeb. Před uvažovanou investiční činností jsou nejprve vynaloženy investice do infrastruktury a do zabezpečení poskytování služeb, poradenských či manažerských. K jiným opatřením patří budování vědecko-technických a průmyslových parků. Dalším příkladem nefinančních opatření může být vyhlášení veřejné (státní) zakázky.

Rozvoj průmyslu a jeho adaptace na měnící se požadavky trhu kladou značné nároky na pracovní sílu a to jak z hlediska kvantitativního, tak kvalitativního. Na jedné straně by průmyslová politika měla stimulovat kvalifikační rozvoj na základě stoupajících požadavků na pracovní sílu, na straně druhé by měla řešit otázky nezaměstnanosti v souvislosti s útlumem neefektivních výrob. Vývoj zaměstnanosti v průmyslu, stejně jako v jiných oblastech, je ovlivněn především demografickým vývojem společnosti. Je proto důležité, aby se podnikatelské subjekty přizpůsobovaly trhu. Odbytové problémy se mohou řešit např. zkracováním úvazků či pracovní doby, prodlužováním dovolených apod. Vlády mohou zaměstnanost ovlivňovat především celkovou hospodářskou politikou (Dvořáček, 2003).

2.3 Průmyslová politika EU

V rámci EU existuje užší pojetí průmyslové politiky, které je představováno eliminací rozdílů mezi hospodářskou úrovní jednotlivých oblastí, posílení konkurenceschopnosti průmyslu EU, utlumováním neefektivních výrob a podporou malých a středních podniků. Politika průmyslu a podnikání patří v Evropské unii mezi tzv. koordinované politiky. V praxi to znamená, že členský stát přenesl částečně svou působnost na orgány EU. Na úrovni EU se průmyslová politika zaměřuje na vytvoření rámcových podmínek pro rozvoj podniků a inovací. Základem je tvorba příznivého ekonomického prostředí a specifické iniciativy pro určité sektory. Evropská průmyslová politika má horizontální povahu. Jejím hlavním cílem je zajistit podmínky pro konkurenceschopnost průmyslu. Kromě toho je integrovanou součástí ostatních politik EU, např. vnitřního trhu, výzkumu, zaměstnanosti, ochrany životního prostředí apod. Průmyslová politika EU se zaměřuje především na přizpůsobování průmyslu strukturálním změnám, podporu a vytváření příznivého prostředí pro spolupráci podniků v rámci EU, zejména malým a středním podnikům, dále podporu prostředí pro spolupráci mezi podniky a podporu lepšího využívání průmyslového potenciálu v oblasti inovací a výzkumu. Průmyslová politika EU má v zásadě za cíl podpořit hospodářský výkon Unie a členských států bez toho, aby ovlivňovala konkrétní hospodářské výsledky odvětví či podniků, ale odstraňováním rigidit, jež narušují tržní procesy. Jedná se zejména o podporu možnosti vstupu na trh pro nové soutěžitele, vytvoření podmínek pro možnost jejich flexibilní reakce na tržní podněty a nebránění procesu tržní selekce (Krpec a Hodulák, 2012).

Nástroje průmyslové politiky EU jsou představovány nástroji v oblasti podnikání. Snaží se vytvořit všeobecné podmínky, díky nimž mohou podnikatelé a podniky vyvíjet iniciativu

a využívat nápady a možnosti. Přesto musí průmyslová politika brát ohled na specifické potřeby a rysy jednotlivých průmyslových odvětví.

V roce 1990 ve sdělení *Industrial Policy in a competitive and open environment: guidelines for a Community approach* byly zformulovány základní principy průmyslové politiky. Cílem bylo vytvoření rámcových podmínek pro zlepšení konkurenceschopnosti podniků a učinění náprav tam, kde trh selhal. Od té doby se však politický rámec změnil. Z Evropského společenství se stala Evropská unie a došlo k rozšíření Unie o nové členské státy. Politika stanovená v roce 1990 se postupně upravovala a klíčový význam se přikládal zejména inovacím v globální ekonomice. V květnu 2002 upozornila Komise na zpomalení růstu produktivity a varovala, že může být ohrožen cíl Lisabonské strategie, tedy *učinít do roku 2010 z Evropy nejdynamičtější a nejkonkurenceschopnější znalostní ekonomiku světa, založenou na udržitelném růstu, lepších pracovních příležitostech a sociální soudržnosti z roku 2000*. Důležitým faktorem je zde propojení konkurenceschopnosti v návaznosti na průmyslovou politiku, politiku vědy a výzkumu a vnitřní trh. Významným počinem bylo také zasedání v Göteborgu, na němž byla přijata Strategie udržitelného rozvoje. Při uskutečňování cílů, stanovených v Lisabonu a Göteborgu hraje průmyslová politika klíčovou roli. Vývoj růstového potenciálu EU musí zůstat jedním z klíčových cílů průmyslové politiky. Ta má Evropské unii zajistit vyšší růst, vysoký životní standard a trvalé pracovní příležitosti. Aby těchto cílů bylo dosaženo, je nutné, aby byl průmysl Unie podporován jednotlivými politikami (Evropská strategie výrobních procesů, 2004). V červenci 2005 představila Komise ve svém sdělení *„Plnění lisabonského programu Společenství: Politický rámec k posílení zpracovatelského průmyslu EU – cesta k integrovanějšímu přístupu k průmyslové politice“*, integrovaný přístup k průmyslové politice založený na konkrétním programu meziodvětvových a odvětvových iniciativ. Jednalo se o *„Přezkum průmyslové politiky v polovině období“*, díky němuž došlo k závěru, že opatření z roku 2005 byla pro evropská průmyslová odvětví přínosem, jak pro velké společnosti, tak pro malé a střední podniky. Zdůrazněn byl také integrovaný přístup, pomocí něhož může průmysl pružněji reagovat na výzvy globalizace a změny klimatu (Všeobecné zásady průmyslové politiky EU, 2013). V roce 2008 vydala Evropská komise sdělení *„O akčním plánu pro udržitelnou spotřebu a výrobu a udržitelnou průmyslovou politiku“*, v němž se konstatuje, že evropský průmysl je celosvětově konkurenceschopný a podstatně přispívá k růstu a zaměstnanosti. Přesto je nutné zavést opatření pro evropský průmysl a domácnosti týkající se udržitelnosti výroby a spotřeby. Základem akčního plánu je dynamický rámec pro zlepšení

environmentální i energetické výkonnosti výrobků. Co se týká právního rámce pro oblast výroby, je podle sdělení nastaven na dobré úrovni. Jedná se především o ustanovení regulačních opatření pro průmyslové emise do životního prostředí a systém obchodování s emisními povolenkami. Důležité však je, aby se snížila závislost na surovinách a aby došlo k optimálnímu využívání zdrojů a recyklaci (O akčním plánu pro udržitelnou spotřebu a výrobu a udržitelnou průmyslovou politiku, 2008). V reakci na výzvy spojené se zajištěním udržitelných dodávek neenergetických surovin pro EU zahájila Evropská komise „*Iniciativu v oblasti surovin*“, která má vytvořit rovné podmínky pro přístup ke zdrojům ve třetích zemích, lepší rámcové podmínky pro těžbu surovin v EU a nižší spotřebu primárních surovin. Ve sdělení z roku 2009 „*Příprava na budoucnost: vývoj společné strategie pro klíčové technologie v EU*“ Komise uvedla, že EU bude podporovat využívání klíčových technologií a navrhla vytvoření odborné skupiny, která bude pověřena vypracováním dlouhodobé strategie. V roce 2010 byla Lisabonská strategie nahrazena strategií Evropa 2020 („*Evropa 2020 – Strategie pro inteligentní udržitelný růst podporující začlenění*“). Tato strategie navrhuje sedm iniciativ, přičemž čtyři z nich jsou významné pro zvyšování konkurenceschopnosti evropského průmyslu. Jedná se o *Unii inovací*, *Digitální agendu pro Evropu*, *Průmyslovou politiku pro éru globalizace* a *Nové dovednosti pro nová pracovní místa*. Stěžejní iniciativa „*Průmyslová politika pro éru globalizace*“ se zaměřuje na deset činností, jež mohou podpořit konkurenční schopnost evropského průmyslu. Mezi opatření, která byla navržena, patří **podpora malých a středních podniků**, kterým bude zajištěna možnost snadnějšího získání úvěrů a poskytnuta podpora k jejich internacionalizaci, strategie pro **posílení evropské normalizace**, s cílem vyhovět potřebám průmyslu, **modernizace evropské dopravní, energetické a komunikační infrastruktury** a souvisejících služeb, a to tak, aby co nejúčinněji sloužily průmyslu, **nová strategie v oblasti surovin**, jejímž hlavním cílem je vytvořit správné rámcové podmínky pro zajištění udržitelných dodávek surovin a udržitelného hospodaření s těmito surovinami, **inovační výkonnosti jednotlivých odvětví**, týkající se zavádění opatření v různých odvětvích, jako jsou moderní výrobní technologie, bio paliva a železniční doprava, stavebnictví apod., **zlepšení rámcových podmínek a podpora inovací**, prostřednictvím řešení výzev týkajících se energeticky náročných odvětví, a **rozvíjení vesmírné politiky** ve spolupráci s Evropskou kosmickou agenturou a členskými státy s cílem vytvořit pevnou průmyslovou základnu, která zahrnuje celý dodavatelský řetězec. Ve sdělení „*Průmyslová politika. Posilování konkurenceschopnosti*“ z roku 2011 Komise vyzývá, aby byly v jednotlivých členských státech prováděny hloubkové strukturální změny, které posílí hospodářskou a průmyslovou konkurenceschopnost EU a tím podpoří

dlouhodobě udržitelný růst. Sdělení s názvem „*Silnější evropský průmysl pro růst a hospodářskou obnovu: Aktualizace sdělení o průmyslové politice*“ byl Komisí vydán v roce 2012. Hlavním cílem sdělení je podpořit investice do inovací, které se zaměřují na šest prioritních oblastí (pokročilé výrobní technologie pro čistou výrobu, klíčové technologie, ekologické výrobky, udržitelná průmyslová politika a politika pro odvětví stavebnictví a suroviny, čistá vozidla a plavidla, inteligentní sítě). Zdůrazněna byla také nutnost zajistit lepší tržní podmínky, přístup k financím a ke kapitálu a lidskému kapitálu, neboť díky těmto prostředkům lze podpořit konkurenceschopnost průmyslu (Všeobecné zásady průmyslové politiky, 2013). V lednu 2014 bylo Komisí vydáno sdělení „*Za obnovu evropského průmyslu*“, které se zaměřuje na zastavení úpadku průmyslu, nastartování jeho růstu a dosažení 20% podílu zpracovatelských činností na HDP do roku 2020. Je také nutné přilákat nové investice a vytvořit prostředí příznivější obchodu prostřednictvím soudržnější politiky v oblasti vnitřního trhu včetně evropských infrastruktur. Zmiňován je zde také význam lepší spolupráce v oblastech kvalitní veřejné správy, obchodu, výzkumu a surovin. Realizace průmyslové politiky je v rámci Evropské unie v kompetenci jednotlivých členských států. Přesto existují instituce, jež vytváří rámec pro tuto politiku. Evropská komise představuje jeden z hlavních orgánů EU, jež hájí a zastupuje zájmy Unie jako celku. Fungování Komise zajišťuje personál, jenž se skládá z administrativních pracovníků, právníků, ekonomů, překladatelů, asistentů atd. Tito pracovníci jsou sdruženi do útvarů známých jako generální ředitelství (GR). Oblast průmyslu zajišťuje **Generální ředitelství Podnikání a průmysl**. Hlavním úkolem ředitelství je udržení konkurenceschopnosti evropských podniků vytvářející pracovní příležitosti a hospodářský růst. Dále se podporuje hladké fungování vnitřního trhu se zbožím a pozornost je také věnována potřebám výrobních odvětví a malým a středním podnikům. Pro oblast vnitřního trhu a ochrany průmyslového vlastnictví bylo ustanoveno **Generální ředitelství pro vnitřní trh a služby**. Evropský parlament představuje další hlavní instituci EU, jehož úkolem je přijímání právních předpisů. Poslanci Evropského parlamentu (EP) hájí zájmy občanů a jsou voleni v přímých volbách v jednotlivém členském státě. Zajištění fungování EP náleží poslancům, jež jsou rozděleny do stálých výborů, z nichž se každý zaměřuje na specifické oblasti. Průmyslovou politikou se zabývá **Výbor pro průmysl, výzkum a energetiku**. Další výbor Evropského parlamentu zabývající se otázkám průmyslu je Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitele. Další institucí, jež se zabývá problematikou průmyslu na úrovni EU, je **Rada ministrů pro konkurenceschopnost**. Tato instituce vznikla v roce 2002 sloučením tří oblastí, kterými se Rada zabývala samostatně. Jedná se o sloučení Rady pro vnitřní trh, průmysl a výzkum. Podle programu jednání je složená z ministrů

pro průmysl, výzkum nebo ministrů pro evropské záležitosti. Zasedá přibližně pětkrát až šestkrát ročně (Euroskop, 2014b). **Evropský patentový úřad** je orgán, jenž působí od roku 1977 a jeho hlavní náplní je udělování evropských patentů. Úřad není institucí Evropské unie, přesto všechny členské státy jsou jeho členy (Euroskop, 2014a). **Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu** je orgánem Evropské unie pro ochranné známky Společenství a také pro zapsané průmyslové vzory, pro které platí v EU jednotná legislativa. Tato instituce je zároveň úřadem pro průmyslové vlastnictví, která provádí registraci práv z průmyslového vlastnictví (Euroskop, 2014c). Největší evropská síť zaměřená na poskytování podpůrných služeb a informací pro rozvoj podnikání a konkurenceschopnost především malých a středních podniků je **Enterprise Europe Network**. Tato iniciativa působí ve 47 zemích, které zahrnují všechny členské státy EU a dále Švýcarsko, Rusko, Turecko, Izrael, Jižní Koreu, Čínu a USA. Aktivita Enterprise Europe Network v České republice realizuje konsorcium jedenácti partnerů, které koordinuje Technologické centrum Akademie věd ČR (Jihomoravské inovační centrum, 2014).

2.4 Shrnutí

Oblast průmyslu představuje hnací sílu pro ekonomický růst, neboť se ve většině zemí významně podílí na tvorbě HDP. Obecně se sekundární sektor člení na odvětví, např. strojírenství, chemický průmysl, potravinářský průmysl apod. Pro vymezení průmyslu se využívá klasifikace ekonomických činností, jež je využívána především ke statistickým účelům. V rámci světa existuje celá řada klasifikací, avšak v posledních letech dochází k jejich vzájemné harmonizaci. Mezi mezinárodně uznané a používané klasifikace ekonomických činností patří ISIC, NAICS, ANSIC, SIC, ICB, GICS, TRBC a evropská klasifikace NACE. V rámci členských zemí Evropské unie je využívána klasifikace NACE, která umožňuje srovnávání dat mezi jednotlivými členskými státy Unie.

Průmyslová politika představuje souhrn opatření, která přijala vláda s cílem ovlivnit výkonnost dané země. Opatření v rámci průmyslové politiky však zasahují i do jiných politik. Nedílnou součástí průmyslové politiky je vzájemná interakce mezi makroekonomickými centry a podnikatelskými subjekty v průmyslu. Přitom nedochází k zasahování do struktury jejich činností, ale k vytváření předpokladů a poskytování pomoci pro efektivní práci těchto subjektů. Průmyslovou politiku můžeme členit na horizontální a vertikální průmyslovou politiku.

Průmyslová politika EU je koordinovanou politikou a je představována eliminací rozdílů mezi hospodářskou úrovní jednotlivých oblastí, posílení konkurenceschopnosti průmyslu EU, utlumování neefektivních výrob a podporou malým a středním podnikům. Hlavním cílem evropské průmyslové politiky je zajistit podmínky pro růst konkurenceschopnosti průmyslu. Nástroje průmyslové politiky jsou představovány nástroji v oblasti podnikání a díky nim dochází k vytváření všeobecných podmínek pro vytváření iniciativ, využívání nápadů a možností. Rámec průmyslové politiky EU vytváří evropské instituce, ale samostatná realizace průmyslové politiky je na jednotlivých členských státech Unie. Nejdůležitějšími orgány průmyslové politiky EU jsou Evropská komise a její specifická Generální ředitelství, Evropský parlament s Výborem pro průmysl, výzkum a energetiku, dále Rada ministrů, Evropský patentový úřad, Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu a evropská síť Enterprise Europe Network.

3 Pivovarnický průmysl a jeho postavení v unijní ekonomice

Pivovarnický průmysl je řazen do oboru potravinářství, konkrétněji do výroby nápojů. Pro zařazení tohoto průmyslu je využívána klasifikace NACE. NACE je sestavena z hierarchické struktury (tzv. systematické části), vysvětlivek a metodické příručky. Struktura NACE je následující:

- první úroveň – sekce, je označena alfabetickým kódem,
- druhá úroveň – oddíly, je označena dvojmístným číselným kódem,
- třetí úroveň – skupiny, je označena trojmístným číselným kódem,
- čtvrtá úroveň – třídy, je označena čtyřmístným číselným kódem.

Alfabetický kód dané sekce není součástí kódu činnosti, který identifikuje ostatní úrovně klasifikace (ČSÚ, 2014). Např. činnost Výroba vonných silic je zařazena kódem 20.53, kde 20 je kód oddílu, 20.5 je kód skupiny a 20.53 je kód třídy. Sekce C, do které tato činnost spadá, se v kódu neprojevuje. V případě, že daná úroveň klasifikace není již dále členěna, užívá se na nižších úrovních označení „0“, např. třída Výroba piva má kód 11.05, protože oddíl 11 „Výroba nápojů“ se nečlení na více skupin, ale skupina 11.0 „Výroba nápojů“ se na více tříd již dělí. Tabulka 3.1 znázorňuje, jaké činnosti spadají pod jednotlivý alfabetický kód.

Tab. 3. 1 Přehled ekonomických činností rozdělených dle sekcí

SEKCE A	Zemědělství, lesnictví a rybářství	SEKCE L	Činnosti v oblasti nemovitostí
SEKCE B	Těžba a dobývání	SEKCE M	Profesní, vědecké a technické činnosti
SEKCE C	Zpracovatelský průmysl	SEKCE N	Administrativní a podpůrné činnosti
SEKCE D	Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu	SEKCE O	Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
SEKCE E	Zásobování vodou, činnosti související odpadními vodami, odpady a sanacemi	SEKCE P	Vzdělávání
SEKCE F	Stavebnictví	SEKCE Q	Zdravotní a sociální péče
SEKCE G	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	SEKCE R	Kulturní, zábavní a rekreační činnosti
SEKCE H	Doprava a skladování	SEKCE S	Ostatní činnosti
SEKCE I	Ubytování, stravování a pohostinství	SEKCE T	Činnosti domácností jako zaměstnavatelů; činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu
SEKCE J	Informační a komunikační činnosti		
SEKCE K	Peněžnictví a pojišťovnictví	SEKCE U	Činnosti extraterritoriálních organizací a orgánů

Pramen: ČSÚ, 2014, vlastní zpracování.

Přesto, že tabulka 3.1 nezobrazuje alfabetycký kód jako součást kódu klasifikace, jsou tyto kódy používány k zařazení jednotlivých ekonomických činností do sekcí „A” až „U”.

Pivovarnický průmysl řadíme dle Klasifikace ekonomických činností CZ-NACE jako 11.05. Oddíl 11 je součástí výroby nápojů, který je řazen do sekce C *Zpracovatelský průmysl*. Celý oddíl *Výroba nápojů* je zároveň i samostatnou skupinou (11.0), a je tvořen oblastmi, které uvádí tabulka 3.2.

Tab. 3. 2 Výroba nápojů dle klasifikace CZ-NACE

11	Výroba nápojů
11.01	Destilace, rektifikace a míchání lihovin
11.02	Výroba vína z vinných hroznů
11.03	Výroba jablečného vína a jiných ovocných vín
11.04	Výroba ostatních nededilovaných kvašených nápojů
11.05	Výroba piva
11.06	Výroba sladu
11.07	Výroba nealkoholických nápojů; stáčení minerálních a ostatních vod do lahví

Zdroj: ČSÚ, 2014, vlastní zpracování.

Do sekce 11 se řadí mimo výroby piva také ještě výroba sladu jako samostatná oblast a výroba ostatních alkoholických a nealkoholických nápojů či ovocných vín.

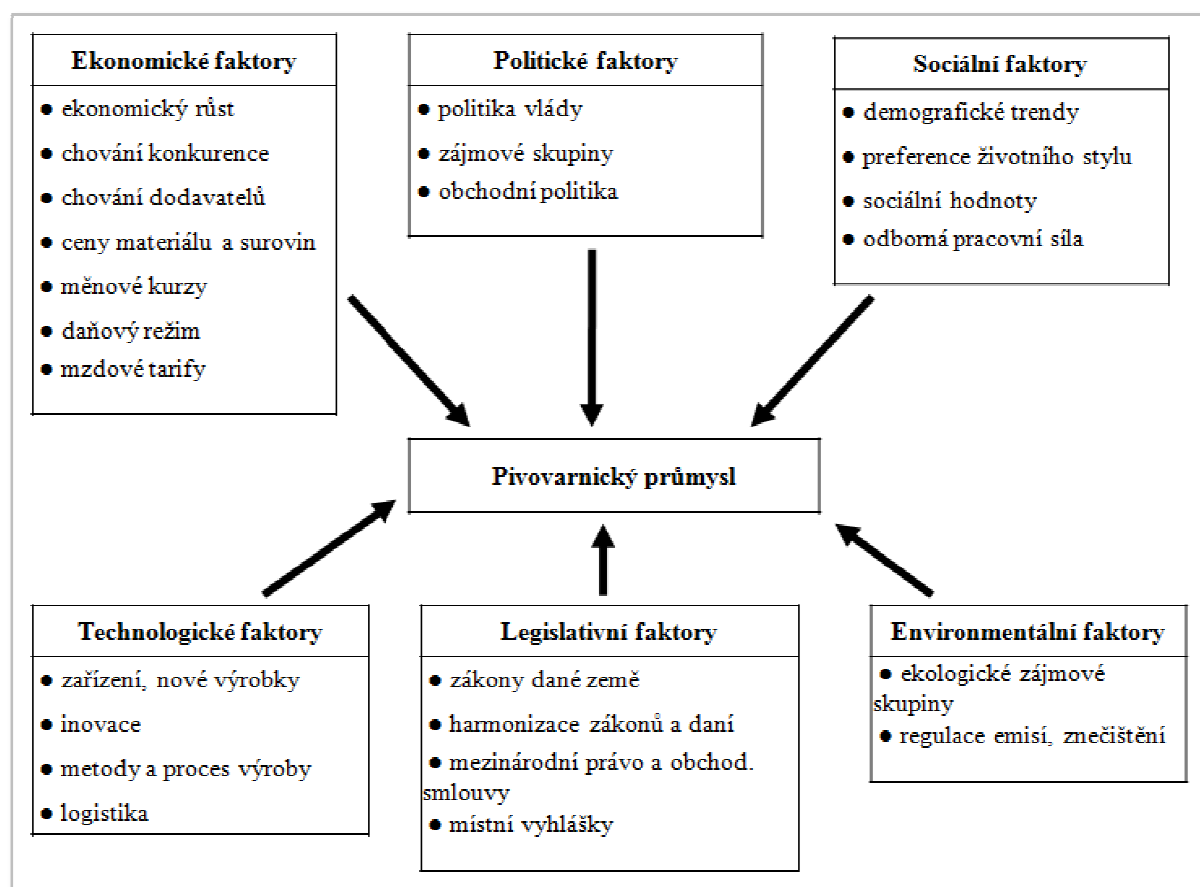
3.1 Faktory ovlivňující oblast pivovarnictví

Pivovarnický průmysl ovlivňuje řada oblastí. Jedná se především o zemědělství, neboť k výrobě piva jsou využívány čtyři základní suroviny. Tvoří je ječný slad, chmel, voda a kvasnice. Přesto se k výrobě piva používají i jiné suroviny jako rýže, kukuřice, ječmen, pšenice či oves. Pivo může obsahovat kteroukoliv ze zmíněných obilnin a použití konkrétní suroviny závisí na její dostupnosti, snadnosti zpracování, preferencích sládků a také angažovanosti vlády. Němečtí pivovarníci používali výhradně ječmen k výrobě piva, Belgičané dávají přednost pšenici, neboť právě tato obilnina je v jejich okolí snadno dostupná. Řada výrobců využívá k výrobě piva rýži a kukuřici, protože se jedná o suroviny mnohem levnější než ječmen a pšenice (Verhoef, 2003). Obecně je zemědělství specifická oblast, jelikož je silně ovlivněna přírodními a klimatickými podmínkami. Vliv na zemědělství jako takové mají i socioekonomické faktory, které mají základní skupiny hlavních činitelů, a to dopravu, vládu, pracovní sílu, obchod a technické prostředky. Výroba piva je závislá především na cenách agrárního sektoru. Je tedy zřejmé, že výrobní cenu piva ovlivňují

přírodní faktory jako je stav úrody, cena energií aplikovaných při výrobě apod. Nejvýraznějším prvkem ovlivňujícím cenu piva jsou ale náklady, které jsou spojeny s lahvováním.

Obecně lze faktory ovlivňující oblast výroby piva rozčlenit na krátkodobé a dlouhodobé. Další členění je představováno faktory působící jednotlivých oblastech. Jedná se o šest oblastí, které jsou znázorněny v obrázku 3.1. Jedná se o ekonomické, politické, sociální, technologické, legislativní a environmentální faktory.

Obr. 3. 1 Faktory ovlivňující pivovarnický průmysl



Zdroj: Dědek a Odcházal, 2007, vlastní zpracování.

Mezi ekonomické faktory patří ty, které nemohou být ovlivněny přímo jednotlivými pivovary, jedná se o ekonomickou situaci nejen dané země, ale působení celosvětových ekonomických jevů, zejména globalizačních procesů. Na počátku 90. let 20. století došlo k rozpadu socialistické soustavy a země transformovaly své ekonomiky, přičemž tento proces byl spojen s liberalizací, deregulací a privatizací, řada pivovarů přecházela do rukou soukromých vlastníků. V tomto období docházelo také ke značnému nárůstu konkurence na globalizovaných trzích, neboť se na trhu objevily velké nadnárodní pivovarnické

společnosti, které měly zájem o rozšíření své produkce či distribuce piva nových zemích. Až do roku 2007 zažíval celosvětově pivovarnický průmysl značný rozmach. Produkce piva i spotřeba rostla, zisky pivovarů se zvyšovaly. Do hluboké recese však upadly téměř všechny státy, a to po vypuknutí krize ve Spojených státech amerických (USA) z přelomu let 2007 a 2008. Celosvětová finanční a hospodářská krize postihla všechna odvětví, výjimkou nebyl ani pivovarnický průmysl. Propad ekonomického růstu měl za následek rostoucí nezaměstnanost, poklesy výroby piva, které byly vyvolány sníženou spotřebou piva. Celosvětově také dochází k tlaku na poptávku po základních surovinách, což vede k růstu zemědělských produktů a potravin. Do budoucna lze také očekávat další problémy týkající se nedostatku potravin. Mezi politické faktory ovlivňující pivovarnický průmysl patří zejména politika vlády, zájmové skupiny a obchodní politika. Politické a legislativní faktory jsou dosti podobné neboť, politická rozhodnutí jsou přijímána na základě legislativní činnosti.

Důležitou roli v utváření politiky mají národní státy, ale i Evropská unie. Evropské pivovarnictví muselo také reagovat na různé cíle týkající se environmentální udržitelnosti, především energetické účinnosti, snižování emisí CO₂ a udržitelného využívání přírodních zdrojů. Pivovary v EU učinily řadu kroků, kterými se angažovaly v oblasti životního prostředí. Zásadním z nich byly investice, díky kterým došlo ke snížení spotřeby energií, snížení emisí škodlivých látek a v neposlední řadě zavedení nových obalů. Značný vliv na pivovarnický průmysl mají sociální faktory. Nejedná se pouze o demografické aspekty, ale také preference životního stylu, či hodnotový systém. Každý z těchto prvků je klíčovým měřítkem pro pivovary, neboť má značnou vypovídající schopnost o trhu a jeho segmentech.

3.2 Evropský pivovarnický průmysl v globálním kontextu

Evropská unie představuje integrační seskupení, které je složeno z evropských států za účelem rozvoje a utváření hospodářské spolupráce a integrace mezi členskými zeměmi. EU zahrnuje dvacet osm členských států, přičemž k poslednímu rozšíření došlo 1. července 2013. Zároveň na území EU žije více jak 503 milionů obyvatel, což představuje asi 7,3 % světové populace (Evropa, 2015a). Evropská unie koordinuje hospodářské a fiskální politiky, měnovou politiku se společnou měnou, přičemž vytváří hospodářskou a měnovou unii. Fungování EU je založeno na sdílení svrchovanosti členských států v klíčových oblastech za účelem dosahování společných cílů. Světová, ale i evropská ekonomika, je již několik desítek let ovlivňována procesem globalizace, což vytváří tlak na růst konkurenceschopnosti

jak na lokální, regionální, národní, tak i globální úrovni. V podmínkách globální konkurence dochází ke změnám role státu, který předává část svých pravomocí regionům. Regiony a regionální orgány, které jsou zapojené do procesu evropského vládnutí, a představují důležité prvky harmonického a vyváženého rozvoje EU. Jednotlivé regiony EU jsou značně heterogenní, což se projevuje nejen v oblasti ekonomické, ale také sociální a kulturní. Evropská unie řeší otázky míru, rozsahu evropské integrace v rovině politické, ekonomické i bezpečností, které vyplývají z rozdílné výkonnosti členských států EU a jejich regionů. Přesto, že EU patří k nejvíce prosperujícím celkům světa, existují zde významné vnitřní rozdíly. Jedná se o hospodářské, sociální a územní disparity, přičemž podstatnou měrou došlo k jejich prohloubení v roce 2004, do které přistoupilo deset států střední a východní Evropy, v roce 2007 přistoupením Bulharska a Rumunska, a nejnovějším rozšířením o Chorvatsko, které vstoupilo do EU v roce 2013 (Fojtíková a kol., 2014). Rozmanitost zemí osmadvacítky se projevuje také v průmyslu a zaměření výroby, což je dáno především technickými možnostmi, zdrojovou základnou, pracovní silou, přírodními podmínkami apod.

Důsledkem globalizace světové ekonomiky je integrace obchodních toků, při které dochází ke stírání hranic mezi jednotlivými státy. Mění se také formy a motivy mezinárodního obchodu. Výroba jednoho produktu je spojena s přesunem surovin, materiálů, ale i výrobních komponentů z jedné země či regionu do jiných částí světa, v nichž dochází ke kompletaci a prodeji finálního výrobku (Kunešová, 2014). Významným projevem globalizace je také růst konkurence na světových trzích. Globalizace ovlivnila také podobu a chuť piva. V současné době je celosvětově převládajícím pivem spodně kvašený ležák plzeňského typu vařený velkými pivovary pro nadnárodní korporace. Za účelem dosažení větších zisků začaly nadnárodní společnosti vyrábět piva, která jsou prodejná po celém světě, neboť jsou zaměřená na všechny konzumenty. Ve světě je používáno označení *Lager*, v ČR jsou tato piva označována jako *Europiva*. Vlivem fúzí či akvizic pivovarů dochází k tomu, že pivovary vyrábějí stále více piv, které spadají do kategorie *Europivo*. Přesto má tento trend i pozitivní účinky, jelikož vzniká daleko více malých pivovarů, které se zaměřují na originalitu a chuťovou odlišnost. Obdobná situace je i v ostatních bývalých sovětských zemích. Rozdíl je však v tom, že zde nevzniká takové množství pivovarů jako např. v ČR či Německu. V západní Evropě v minulém století pivovary spíše zanikaly, jelikož na ně působil tlak a růst konkurence velkých pivovarnických korporací (Hasík, 2013).

V roce 2013 bylo celosvětově vyprodukováno 1 979 miliard hektolitrů (hl.) piva, což představuje nárůst o 0,9 % oproti roku 2012. Přehled produkce piva dle jednotlivých kontinentů uvádí tabulka 3.3.

Tab. 3. 3 Světové pivovarnictví v letech 2012 a 2013 podle kontinentů (v tis. hl)

Země rok	2012	2013	% změna 2012	% změna 2013
Evropská unie	388 669	390 830	0,5	0,6
Zbytek Evropy	162 380	149 595	- 0,3	- 7,9
Evropa celkem	551 049	540 425	0,3	- 2,9
Severní Amerika	332 126	325 760	1,4	- 1,9
Střední Amerika	16 871	17 205	5,3	2,0
Jižní Amerika	223 175	230 910	0,6	3,5
Amerika celkem	572 172	573 875	1,2	0,3
Asie	692 101	711 426	1,8	2,8
Afrika	125 061	132 506	11,3	6,0
Austrálie a Oceánie	21 591	21 740	- 0,6	0,7

Zdroj: Barth-Haas Group, 2014, vlastní zpracování.

Největším světovým producentem piva je Asie, která dosahuje výroby piva přesahující 711 milionů hektolitrů. Produkce piva v Asii zaznamenala nárůst oproti roku 2012 0,3 %. Asie je největší světový producent, díky Číně, jejíž produkce dosáhla v roce 2013 506,5 milionů hektolitrů piva. Jako druhý největší výrobce piva je uváděna Evropská unie, která vyprodukovala přes 390 milionů hl. piva. Největší pivní producenti podle států jsou Čína, USA, Brazílie, Německo a Rusko. Produkce piva v Evropě poklesla o 2,9 % oproti roku 2012 z důvodů nepříznivého vývoje mimo Evropskou unii, zejména válečné události na Ukrajině, a Rusku. Přesto, že produkce piva v Americe rostla tempem 0,3 %, což bylo způsobeno rostoucí výrobou v Brazílii, Argentině a Peru, v USA výroba piva klesala. Afrika dosáhla za sledované období největší tempo růstu v produkci piva v roce 2012 11,3 %, přičemž mezi nejvýznamnějšími výrobce piva patří Nigérie, Mosambik, Angola a Demokratická republika Kongo (Barth-Haas Group, 2014).

3.3 Pivovarnický průmysl v EU

Evropa, potažmo Evropská unie patří mezi světové lídry v oblasti vaření piva, o čemž svědčí i fakt, že největší světové pivovarnické skupiny sídlí právě v EU. Jedná se o společnost **AB InBev**, která sídlí v Belgii a podílí se 20 % na světové produkci piva, korporaci **SABMiller** pocházející z Velké Británie, která vyrábí 9,5 % piva světa a třetí největší světová

společnost **Heineken** sídlící v Nizozemsku s celkovým podílem na světové produkci piva ve výši 9 % (Bart-Haas Group, 2014). Pivovarnický průmysl je širokou veřejností chápán jako nositel tradičních hodnot, a také jako významný činitel ovlivňující ekonomickou, sociální a kulturní oblast. Za tradiční výrobce pív lze označit Německo, Velkou Británii, nebo např. Českou republiku. Přehled roční produkce pív jednotlivých členských zemí znázorňuje tabulka 3.4.

Tab. 3. 4 Výroba piva v zemích EU v letech 2007–2013 (v tis. hl.)

Země rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Německo	105 000	99 910	98 078	95 683	95 545	94 618	94 365
Velká Británie	50 511	49 611	45 141	44 997	45 694	42 962	42 420
Polsko	35 500	37 107	36 236	36 647	38 067	39 290	39 560
Španělsko	34 350	33 402	33 825	33 375	33 573	33 031	32 700
Nizozemsko	27 259	27 181	25 376	24 218	23 644	24 272	24 000
Česká republika	19 897	19 806	19 292	17 550	18 181	18 703	18 605
Francie	15 096	16 267	16 326	16 290	16 167	19 732	18 500
Belgie	18 565	17 796	18 009	18 122	18 571	18 751	18 069
Rumunsko	19 422	19 670	17 600	16 920	16 900	18 200	16 500
Itálie	13 520	13 273	12 776	12 814	13 410	12 791	12 688
Rakousko	9 044	8 937	8 728	8 670	8 917	8 924	9 045
Irsko	9 270	8 846	8 041	8 249	8 514	8 195	8 008
Portugalsko	8 191	8 208	7 833	8 312	8 299	7 986	8 000
Dánsko	8 042	6 474	6 046	6 335	6 590	6 080	6 000
Maďarsko	6 500	7 049	6 348	6 295	6 249	6 159	5 978
Bulharsko	5 686	5 358	4 825	4 800	4 820	4 992	5 100
Švédsko	4 011	4 288	4 455	4 349	4 491	4 537	4 600
Řecko	4 150	4 500	4 177	3 940	3 700	4 059	4 100
Finsko	4 547	4 470	4 491	4 235	4 220	4 030	4 020
Chorvatsko	3 380	3 887	3 673	3 438	3 738	3 634	3 550
Slovensko	3 683	3 558	3 264	3 112	3 123	3 022	3 000
Lotyšsko	3 066	3 074	2 794	2 925	2 922	2 841	2 900
Slovinsko	1 905	2 124	1 978	1 902	1 984	1 878	1 984
Litva	1 519	1 307	1 357	1 455	1 529	1 408	1 470
Estonsko	1 280	1 168	1 176	1 312	1 360	1 434	1 465
Kypr	398	396	356	340	314	335	329
Lucembursko	330	312	308	310	302	292	281
Malta	110	112	127	134	136	147	143

Zdroj: Brewers of Europe, 2014, vlastní zpracování.

Německo patří dlouhodobě mezi předního výrobce piva v Evropě. Největší množství piva bylo ve sledovaném období uvařeno v roce 2007, přičemž roční výstav¹ činil 105 tis. hl. Poté však dochází v Německu ke snižování vyprodukovaného množství piva. V roce 2013 dosahovala výroba piva v Německu přes 94 tis. hl., což představuje snížení produkce více než 10 tis. hl. piva oproti roku 2007. Druhým největším výrobcem piva je Velká Británie s celkovou produkcí přes 42 tis. hl. za rok 2013, kdy bylo zaznamenáno ve sledovaném období nejmenšího objemu produkce piva. Také Spojené království zaznamenalo pokles roční produkce piva v letech 2008 až 2010. Polsko patří k významným a perspektivním pivním trhům ve střední Evropě, proto řada světových pivovarů usiluje o koupi podílů v polských pivovarech. Z tohoto důvodu se Polsko nachází na třetím místě s celkovým výstavem dosahujícím téměř 40 tis. hektolitrů piva. U Polska lze pozorovat opačný trend než u Německa a Velké Británie, neboť objem vyrobeného piva v Polsku měl rostoucí tendenci. Čtvrtá pozice z hlediska vyrobeného piva patří Španělsku, které v roce 2013 vyrobilo téměř 33 tisíc hektolitrů piva. Na druhé straně, nejméně piva je vyprodukováno v malých členských zemích jako Kypr, Lucembursko a Malta. Přesto, že Malta, coby dříve území patřící Velké Británii, je malý ostrov ležící jižně od Itálie, vyrábí pivo řadu let. Nejvíce se tu produkují piva britského typu (Verhoef, 2003). Zvláštností také je, že přední evropští výrobci piva zaznamenávají snižující se objemy vyrobeného piva a země, které nejsou tolik typické pro vaření piva, například Malta, Řecko případně Bulharsko, zaznamenávají v posledních letech zvyšující produkci piva.

Ukazatel celkové produkce piva není vhodným měřítkem pivního trhu. Nemá dostatečně vypovídající schopnost, neboť nezohledňuje např. velikost trhu. Vhodnější ukazatel je průměrná spotřeba piva na obyvatele. Avšak ani tento ukazatel není zcela přesný, jelikož do statistik je zahrnuta také konzumace piv turisty, kteří navštíví danou zemi. Obecně je průměrná spotřeba piva na obyvatele největší v tradičních pivních státech, jako je Česká republika, Německo nebo Rakousko. Tabulka 3.3 zobrazuje průměrnou spotřebu v členských státech EU na obyvatele. Své prvenství si již řadu let drží Česká republika, kde je průměrně zkonsumováno každým obyvatelem více jak 147 litrů piva ročně (a to včetně kojenců). Přesto spotřeba piva v ČR rok od roku klesá. Druhou zemí s největším množstvím zkonsumovaného piva na světě v závislosti na počtu obyvatel je Rakousko, které v roce 2013 dosáhlo průměrné spotřeby na obyvatele v hodnotě 106 litrů. Třetí pozice náleží Německu, ve kterém se nachází nejvyšší počet pivovarů na světě, kde lidé vypijí více jak 102 litrů piva ročně. Naopak

¹ Výstav piva je termín používaný pro celkovou roční produkci piva

nejméně piva je vypito v Itálii, přičemž v roce 2013 bylo průměrně zkonsumováno pouhých 29 litrů na osobu. Obdobně nízká konzumace piva na osobu je i ve Francii, kde průměrně obyvatelé vypijí 30 litrů piva ročně.

Po vypuknutí krize z roku 2007 lze pozorovat následné propady spotřeby piva, které ovlivnily průměrnou spotřebu na obyvatele v roce 2009. Průměrně došlo v roce 2013 ke snížení konzumace piva oproti roku 2007 o více jak 4 %.

Tab. 3. 5 Průměrná spotřeba piva na obyvatele (v litrech) v zemích EU v letech 2007–2013

Země rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rakousko	108	110	107	106	108	108	106
Belgie	86	82	81	78	78	74	74
Bulharsko	74	73	67	67	69	73	75
Chorvatsko	85	85	79	74	86	78	78
Kypr	55	58	51	52	51	55	55
Česká republika	159	158	159	144	145	148	147
Dánsko	82	78	72	69	68	64	64
Estonsko	95	88	85	78	72	72	94
Finsko	91	85	84	83	85	79	79
Francie	31	31	31	31	31	31	30
Německo	112	111	110	107	107	105	102
Řecko	40	41	39	36	35	30	38
Maďarsko	73	72	65	61	60	60	60
Irsko	106	99	91	90	86	86	79
Itálie	31	29	28	29	30	30	29
Lotyšsko	70	68	69	70	74	76	70
Litva	95	91	83	90	96	96	95
Lucembursko	105	94	86	85	85	83	75
Nizozemsko	76	79	73	72	72	72	70
Polsko	93	94	91	91	95	98	96
Portugalsko	61	61	60	59	53	49	49
Rumunsko	89	99	88	87	84	90	81
Slovensko	79	81	79	79	73	78	73
Slovinsko	90	93	89	82	81	74	75
Španělsko	56	52	51	48	48	48	48
Švédsko	53	52	52	50	51	50	53
Velká Británie	98	84	76	74	74	71	66

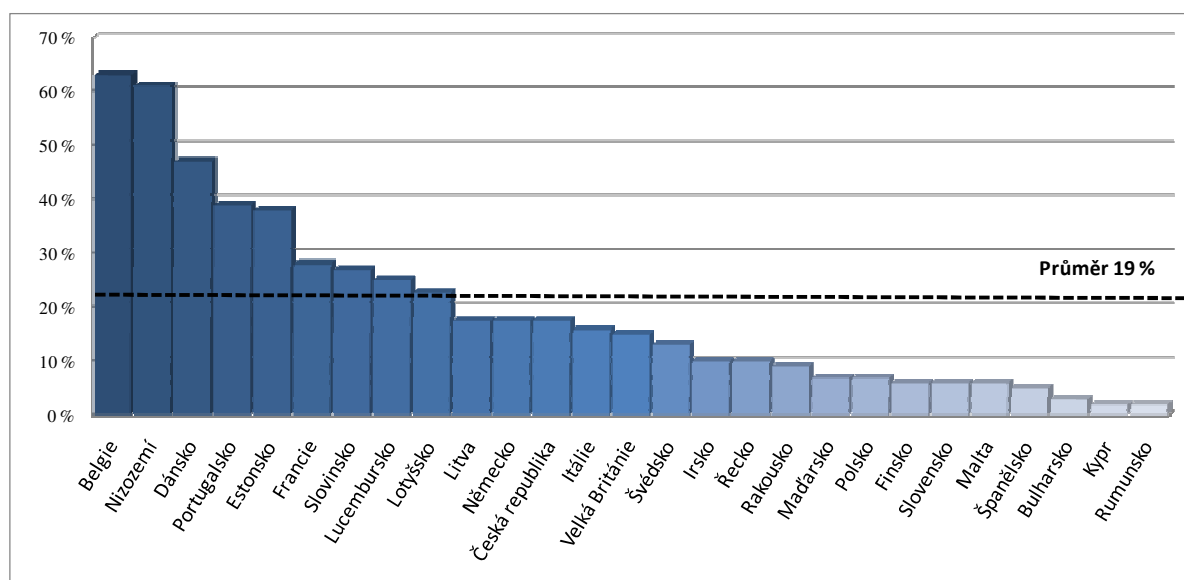
Zdroj: Assobirra, 2013, Brewers of Europe, 2010, Brewers of Europe, 2014, The Alcohol Beverage Federation of Ireland, 2013, vlastní zpracování.

Pivovarnický průmysl se vyznačuje obrovskou rozmanitostí, což se projevuje velkým výběrem pivních značek a stylů. Na pivním trhu EU zaujímají místa největší pivovarnické

skupiny, malé a střední pivovary, ale také domácí výrobci piva. Zatímco se produkce piva od roku 2010 zvyšuje jen velmi pomalu, počet pivovarnických společností prudce vzrostl a to až na 5 tisíc pivovarů. Největší zastoupení na pivním trhu EU mají drobné pivovarnické společnosti. Nejvíce pivovarů v EU se nachází v Německu, kde statistiky vyčísľují až 1 500 pivovarů. Druhý nejvyšší počet pivovarských společností se nachází ve Velké Británii s hodnotou 1 200 pivovarů. Významný počet pivovarů se také nachází ve Francii (503 společností vyrábějících pivo) a Itálii (425 pivovarů). V České republice se nachází přibližně 250 pivovarnických společností (Bart-Haas Group, 2014).

V EU se vyskytuje celá řada pivních kultur, přičemž tradici ve výrobě piva si nese každý členský stát. Přesto, že tradiční metody zůstávají, většina sládků v současné době preferuje využití moderních technologií v rámci výrobních procesů. Značky evropských piv jsou velmi populární a žádané po celém světě, o čemž svědčí nárůst objemu vyráběného piva v rámci EU, který je vyvážen do zemí mimo EU. V rámci vnitřního trhu EU je spotřebováno asi 40 % produkce evropských pivovarů, zbývajících 60 % je vyvezeno do třetích zemí. Nejvýznamnější exportní trh je dlouhodobě USA, ale významné objemy piv byly v roce 2013 vyvezeny také do USA především do Kanady, Afriky, Blízkého východu, Ruska a Austrálie (Brewers of Europe, 2014). Členské státy vyváží značné objemy vyprodukovaného piva v rámci intra i extra obchodu

Graf 3. 1 Export piva zemí EU na celkovém objemu produkce (v %) za rok 2013



Zdroj: Brewers of Europe, 2014, vlastní zpracování.

Intra neboli unijní obchod představuje obchodní výměnu mezi jednotlivými členskými státy EU a extra obchod je uskutečňován s členskými zeměmi EU a ostatními (třetími)

zeměmi. Přehled procentuálního exportu piva v závislosti na jeho produkci zobrazuje graf 3.1. Z grafu je patrné, že pro Belgii a Nizozemsko je velmi významný export piva a tvoří přes 60 % celkové produkce piva. Neméně významný je export piva také v Dánsku a Portugalsku. Vysoké podíly exportu vyprodukovaného piva je možné odůvodnit přítomností nadnárodních pivovarů, přičemž vyrobené pivo je exportováno do ostatních zemí. V Evropské unii je průměrný export piva na jeho produkci průměrně 19 % (Brewers of Europe, 2014).

S exportem a komoditní strukturou bývají analyzovány zjevné komparativní výhody. Otázku specializace vývozu řeší Balassův index komparativních výhod (Revealed Comparative Advantage Index – RCA), jenž hodnotí exportní potenciál dané země. Index komparativních výhod se vypočítá jako poměr podílu daného výrobku na celkových vývozech země k podílu stejného výrobku v této zemi na jejich celkových vývozech. V případě, že hodnota ukazatele dosáhne hodnot větší než jedna, země při umístování produkce má zjevnou komparativní výhodu, v případě že ukazatel RCA nabývá hodnot menších než jedna, jedná se o komparativní nevýhodu. Balassův index komparativních výhod lze znázornit matematicky pomocí vzorce:

$$RCA = \frac{\frac{EX_{ij}^k}{EX_{ij}}}{\frac{ex^k}{EX}} \quad (3.1)$$

kde RCA je index zjevných komparativních výhod,
 EX_{ij}^k export k -té komodity i -té země do j -té země,
 EX_{ij} celkový export i -té země do j -té země,
 ex^k export k -té komodity j -té země,
 EX celkový export j -té země.

V rámci analýzy vnitrounijního obchodu s pivem byly za i dosazeny hodnoty týkající se EU a za zemi j hodnoty členských zemí EU. Pro analýzu byly využity souhrnné hodnoty vývozu v letech 2007 – 2013 publikované Eurostatem, a také ročenky Brewers of Europe, které obsahovaly hodnoty exportů piva. Výsledné hodnoty jsou zaznamenány v tabulce 3.6, která zobrazuje hodnoty ukazatele RCA. Hodnoty, které dosahují hodnoty větší než jedna, poukazují na zjevnou komparativní výhodu při vývozech do členských zemí EU (Fojtíková a kol., 2014).

Tab. 3. 6 Zjevné komparativní výhody zemí EU při vývozech do členských zemí EU

Země rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Belgie	2,70	2,58	2,54	2,59	2,54	2,47	2,61
Bulharsko	0,25	0,32	0,21	0,18	0,29	0,24	0,21
Česká republika	5,41	4,92	5,14	4,38	3,76	3,10	3,17
Dánsko	1,80	3,43	3,64	3,13	3,38	2,88	2,94
Německo	0,85	0,83	0,76	0,75	0,73	0,68	0,68
Estonsko	0,85	1,89	2,70	4,10	3,14	3,51	4,40
Irsko	0,58	0,62	0,44	0,51	0,61	0,58	0,61
Řecko	0,24	0,21	0,19	0,21	0,21	0,18	0,23
Španělsko	0,15	0,17	0,16	0,20	0,17	0,15	0,15
Francie	0,37	0,37	0,35	0,49	0,67	0,80	0,83
Itálie	0,15	0,15	0,19	0,24	0,26	0,21	0,21
Kypr	0,36	0,34	0,28	0,35	0,27	0,21	0,18
Lotyšsko	0,75	0,64	1,26	2,31	2,77	2,05	2,36
Litva	0,69	0,47	0,68	1,11	1,33	1,27	1,16
Lucembursko	0,70	0,77	0,77	0,75	0,71	0,71	0,92
Maďarsko	0,83	0,82	0,47	0,59	0,71	1,19	1,27
Nizozemsko	4,26	4,26	3,94	3,60	3,54	3,40	3,44
Rakousko	0,22	0,31	0,42	0,44	0,43	0,41	0,41
Polsko	1,32	1,16	1,51	1,76	1,72	1,73	1,61
Portugalsko	1,09	0,98	1,11	1,42	2,15	1,86	1,77
Rumunsko	0,24	0,13	0,42	0,24	0,30	0,34	0,35
Slovinsko	1,88	1,61	1,86	2,00	1,94	1,92	1,92
Slovensko	0,50	0,35	0,01	0,88	0,42	0,47	0,47
Finsko	0,07	0,11	0,13	0,17	0,14	0,18	0,20
Švédsko	0,16	0,17	0,25	0,26	0,24	0,26	0,29
Velká Británie	0,50	0,49	0,49	0,44	0,38	0,59	0,50

Zdroj: Brewers of Europe, 2014, Eurostat, 2014 vlastní výpočty.

Na základě vlastních výpočtů bylo zjištěno, že členské země EU dosahují dlouhodobě zjevné komparativní výhody při vývozech do členských zemí, jedná se o – Belgii, Českou republiku, Dánsko, Nizozemsko, Portugalsko a Slovinsko. Nejvyšší komparativní výhoda byla v roce 2013 prokázána u Estonska s hodnotou 4,4, Nizozemska 3,4 a České republiky 3,2. Největší komparativní výhody vůbec dosáhla Česká republika v roce 2007, jejíž hodnota přesahovala hodnotu 5,4. Své prvenství si však ČR neudržela, neboť hodnota indexu RCA klesala a v roce 2010 předběhlo ČR Estonsko, které dosáhlo hodnoty indexu ve výši 4,1. V roce 2013 lze také pozorovat, že k dosažení zjevné komparativní výhody má nejbližší

Lucembursko, které dosáhlo hodnoty 0,9 a Francie, s hodnotou indexu 0,8. Výsledky analýzy však poukazují i na země se zjevnou komparativní nevýhodou. Nejnižších hodnot RCA indexu dosahuje – Španělsko s hodnotou RCA 0,2, spolu s Finskem, Řeckem, Kypr a Bulharskem. Pouze Švédsko má zjevnou komparativní nevýhodu ve vypočtené výši 0,3.

Dalším ukazatelem mapující pivní trh v členských zemích je ukazatel obchodní bilance. Jedná se o rozdíl mezi hodnotou exportu piva a importu piva. Saldo obchodní bilance je zobrazeno v tabulce 3.7.

Tab. 3. 7 Obchodní bilance v oblasti pivovarnického průmyslu v členských zemích EU v letech 2008-2013 (v mil. EUR)

Země rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rakousko	- 2 514	3 819	6 396	3 126	2 105	2 467
Belgie	664 592	685 195	764 570	801 360	852 185	853 186
Bulharsko	- 287	- 10 796	- 10 028	- 14 830	- 26 798	- 27 112
Kypr	- 7 040	- 9 033	- 13 581	- 10 982	- 11 092	- 12 745
Česká republika	239 946	206 587	176 397	203 687	205 638	21 870
Dánsko	222 704	256 893	216 903	242 244	213 249	225 745
Estonsko	3 520	5 141	3 158	6 733	10 768	11 389
Finsko	- 20 331	- 18 213	- 32 926	- 31 984	- 23 236	- 24 564
Francie	-255 822	-274 886	-303 680	-230 700	-187 908	-189 865
Německo	667 106	551 828	606 097	664 687	681 521	680 231
Řecko	- 17 816	- 15 643	- 24 241	- 30 140	- 21 616	- 22 875
Maďarsko	- 42 529	- 43 991	- 38 769	- 35 190	- 45 742	- 48 864
Irsko	55 676	44 725	52 824	62 445	56 267	57 429
Itálie	-322 777	-299 562	-348 766	-342 524	-335 984	-346 863
Lotyšsko	- 16 020	- 12 632	- 12 002	- 7 776	- 11 658	- 12 765
Litva	- 7 759	- 9 474	- 16 424	- 19 158	- 18 945	- 19 764
Lucembursko	- 8 764	- 8 225	- 8 922	- 9 138	- 9 310	- 10 886
Nizozemsko	1 025 229	979 690	929 991	922 080	968 929	989 754
Polsko	79 886	93 416	126 020	126 092	227 174	263 761
Portugalsko	136 280	118 459	165 421	218 596	236 889	239 996
Rumunsko	- 37 716	- 661	- 7 027	- 10 822	- 16 273	- 17 007
Slovensko	-110 203	- 65 435	- 50 613	- 71 423	- 75 779	- 76 856
Slovinsko	13 290	13 146	15 713	18 357	21 616	22 953
Španělsko	-164 442	-144 016	-144 023	-132 745	-168 235	-173 562
Švédsko	- 5 172	441	5 290	3 768	4 048	4 597
Velká Británie	-305 176	-219 365	-274 149	-309 818	-238 346	-225 469

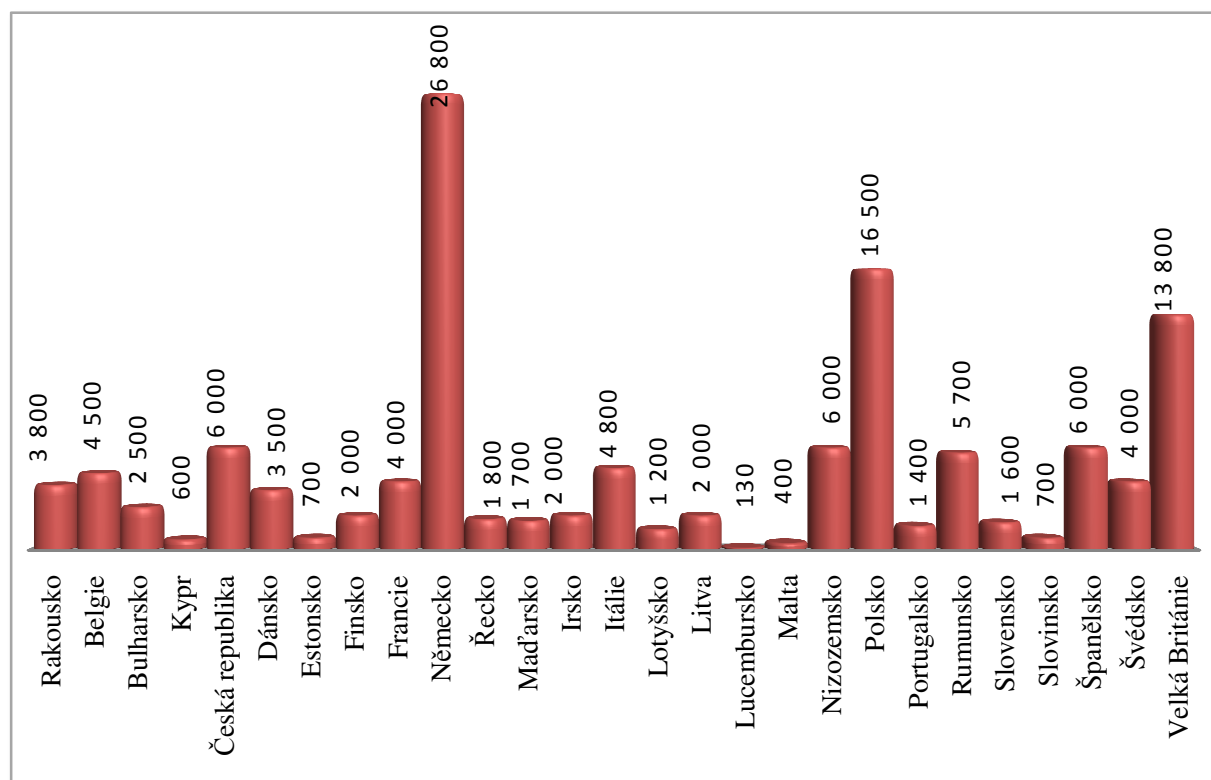
Zdroj: Brewers of Europe, 2014, vlastní výpočty.

Pozn.: Data pro rok 2007 nebyla dostupná.

V případě, že je hodnota obchodní bilance záporná, jedná se o situaci, kdy dovoz piva je větší než vývoz. Pokud však saldo obchodní bilance při obchodování s pivem dosahuje kladných hodnot, je vývoz piva ze země větší než jeho dovoz. Největší přebytky obchodní bilance v obchodu s pivem dlouhodobě zaznamenává Nizozemsko, jehož hodnota obchodní bilance v roce 2013 dosáhla téměř 1 miliardy euro, Belgie, která vykazovala přebytek ve výši téměř 854 milionů euro a Německo s hodnotou více jak 680 milionů euro. Naopak největší schodky obchodní bilance při obchodování s pivem dosahovala nejvíce v roce 2013 Itálie s hodnotou téměř -350 milionů euro, Velká Británie, jejíž schodek v témž roku dosáhl téměř 230 milionů euro a Francie se saldem obchodní bilance -190 milionů euro. V celém sledovaném období, 2008-2013, bylo dosaženo kladné obchodní bilance u Belgie, České republiky, Dánska, Estonska, Německa, Irska, Nizozemska, Polska, Portugalska a Slovinska. Naproti tomu, záporného salda v období 2008-2013 dosáhlo 13 členských zemí EU, jedná se o Bulharsko, Kypr, Finsko, Francii, Řecko, Maďarsko, Itálii, Lotyšsko, Litvu, Rumunsko, Slovensko, Španělsko a Velkou Británii. Bylo také zjištěno, že od roku 2008 až do roku 2013 dosahovala obchodní bilance v oblasti pivovarnického průmyslu kladných hodnot. Lze tedy říci, že pivo je z členských zemí EU více vyváženo, než dováženo.

Pivovarnický průmysl značně působí i na zaměstnanost v EU, přičemž lze vymezit pomyslné tři stupně zaměstnanosti v oblasti pivovarnictví. První, zaměstnanost přímá, která představuje počet zaměstnaných přímo v pivovaru, dále zaměstnanost nepřímá, což zahrnuje zaměstnanost v přidružených oblastech jako distribuční služby a marketing. Posledním typem je zaměstnanost, kterou významně pivovarnický průmysl ovlivňuje, především oblast maloobchodu a pohostinství. V roce 2013 byly díky pivovarskému průmyslu evidovány téměř 2 miliony pracovních míst, přičemž v evropských pivovarech bylo zaměstnáno 125 tis. pracovníků. Přehled pracovních míst v členských zemích EU zaznamenává graf 3.2.

Graf 3. 2 Počet zaměstnaných v evropských pivovarech v roce 2013



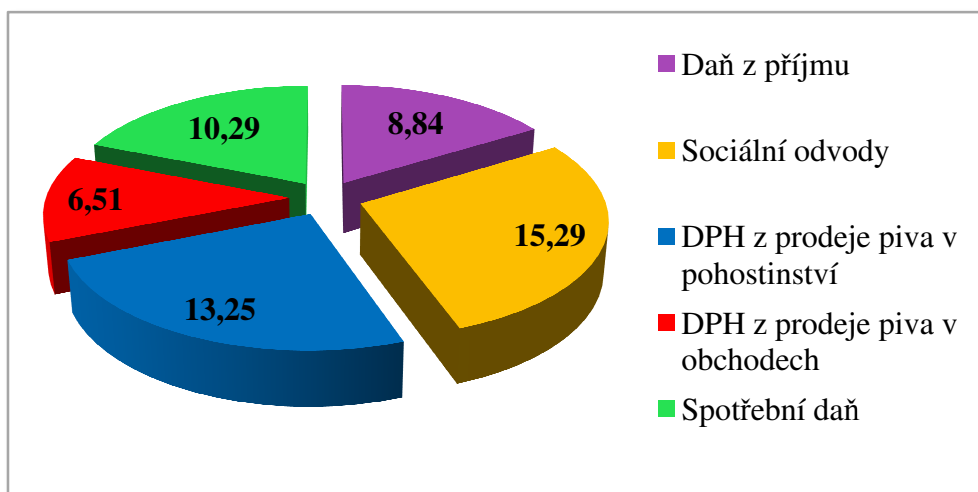
Zdroj: Brewers of Europe, 2014, vlastní zpracování.

Největší počet zaměstnaných je v Německu, kde je v pivovarech zaměstnáno téměř 27 tis. lidí, což koresponduje s největším počtem pivovarů. Druhým státem s největší zaměstnaností přímo v pivovarských společnostech je Polsko, přičemž počet pracovních míst je 16,5 tisíc. Velká zaměstnanost, s hodnotou 13,8 tisíc zaměstnaných, byla vysledována ve Velké Británii. Naopak nejméně pracovních míst v roce 2013 v pivovarech zaznamenaly v Lucembursku, Maltě, Kypru a Estonsku. Málo pracovních pozic u těchto států je možné vysvětlit jejich malými rozlohami.

V roce 2013 došlo k mírnému poklesu celkové zaměstnanosti v pivovarnickém průmyslu, či v oblastech, které jsou právě tímto průmyslem ovlivněny (oproti roku 2010 snížení o 1,1 %). Přesto však nedošlo ke snižování zaměstnanosti ve všech oblastech, které se pojí s pivovarnictvím. Nová pracovní místa byla vytvořena v zemědělství, přičemž nárůst ve srovnání s rokem 2010 je více než 4%, nebo v obalovém průmyslu, kde byl zaznamenán největší růst zaměstnanosti, a to až o 10 %. Největší ztráty v oblasti zaměstnanosti utrpěly především oblasti médií a marketingu, kde se zaměstnanost propadla až o 10 % (Brewers of Europe, 2014).

Pivovarnický průmysl má pozitivní vliv na zaměstnanost a tvorbu pracovních míst v soukromém sektoru a profitují z něj také vlády členských zemí EU. V roce 2013 tvořily vládní příjmy z pivovarnického průmyslu více jak 54 miliard euro, přičemž se skládaly z daně z přidané hodnoty (DPH), spotřební daně, daně z příjmů a sociálních odvodů. Přehled a výčet jednotlivých příjmů členských států EU z pivovarnického průmyslu zobrazuje graf 3.3. Přesto hodnoty nezachycují všechny daňové výnosy, neboť nezahrnují příjmy právnických osob.

Graf 3. 3 Celkové vládní výnosy zemí EU z pivovarnického průmyslu za rok 2013 (mld. EUR)



Zdroj: Brewers of Europe, 2014, vlastní zpracování.

Nejvyšší položkou vládních příjmů členských zemí EU v rámci pivovarnického průmyslu tvořily v roce 2013 sociální odvody, které činily 15,3 miliard euro, druhou největší částku 13,3 miliard euro tvoří DPH z prodeje piva v pohostinství. Přes 10 miliard euro bylo vybráno v zemích EU na spotřební dani, dále 8,8 miliard euro na dani z příjmu. Nejnižší položkou vládních příjmů je DPH z prodeje piva v obchodech, přičemž celková hodnota je 6,5 miliardy euro.

Vlivem ekonomické krize z roku 2008 došlo k výrazným změnám v zemích evropské unie. Rostoucí schodky veřejných financí donutily vlády ke zvýšení sazeb DPH, což ovlivnilo i pivovarnický průmysl, neboť jako nízkoalkoholický nápoj podléhá základní sazbě DPH. Toto zvýšení mělo přímý dopad na cenu piva jak v maloobchodech, tak také v pohostinství. V letech 2010-2013 dvanáct zemí EU, které zobrazuje tabulka 3.8, zvýšilo své základní sazby DPH.

Tab. 3. 8 Změny sazby DPH v zemích EU v letech 2010–2013 (v %)

	původní sazba DPH	nová sazba DPH
Rumunsko	19%	23%
Irsko	21%	23%
Itálie	20%	21%
Maďarsko	25%	27%
Portugalsko	21%	23%
Slovensko	19%	20%
Velká Británie	18%	20%
Česká republika	20%	21%
Kypr	15%	18%
Nizozemsko	19%	21%
Španělsko	18%	21%
Finsko	23%	24%

Zdroj: Europa, 2015b, vlastní zpracování.

Největší nárůst, a o 4 procentní body základní sazby DPH zaznamenalo Rumunsko. Naopak nejmenší nárůst, o jeden procentní bod byl zjištěn v Itálii, Slovensku, České republice a Finsku. Ostatní země navýšily své sazby DPH o 2, případně 3 procentní body. Obecně je sazba DPH v EU hodně diskutovaným tématem. Diskuze se vedou především o jednotné unijní sazbě DPH, také o snižování počtu výrobků a služeb spadajících do snížené sazby DPH.

Další položkou výnosů vlády z pivovarnického průmyslu tvoří spotřební daně. Základní úpravou pro spotřební daně v EU je Směrnice č. 92/84/EHS, která stanovuje minimální sazby spotřební daně na alkohol, meziprodukty, víno a pivo. Na základě této směrnice je pro pivo a nealkoholické nápoje s obsahem vyšším než 0,5 % uvalena sazba ve výši 0,748 eur/ hl. nebo 1,87 eur/ hl. podle způsobu výpočtu. Směrnice také vytyčuje výjimky, tedy možnosti snížené sazby daně pro podniky, které neprodukují více jak 200 tis. hl. ročně (EurLex, 2015). Podrobný přehled spotřební daně vybrané v letech 2008-2013 v členských zemích EU zobrazuje tabulka 3.9.

Tab. 3. 9 Spotřební daň z piva v zemích EU v letech 2008–2013 (mil. EUR)

Země rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rakousko	189,58	193,40	197,60	190,00	191,30	199,80
Belgie	185,32	183,97	187,76	183,78	180,80	193,36
Bulharsko	43,36	39,87	38,33	39,35	41,15	40,00
Chorvatsko	110,00	95,00	91,00	90,00	88,00	81,00
Kypr	10,98	10,49	11,06	10,81	10,88	13,00
Česká republika	135,18	128,20	163,48	178,93	182,55	174,94
Dánsko	138,06	127,56	121,00	118,59	138,73	131,50
Estonsko	30,55	32,40	35,18	36,98	38,97	42,03
Finsko	431,37	484,19	528,10	530,23	581,23	575,00
Francie	303,00	306,00	304,24	295,25	307,83	670,20
Německo	736,47	728,82	711,63	702,26	697,00	679,00
Řecko	61,18	68,09	116,77	115,45	110,24	113,49
Maďarsko	150,20	135,28	139,21	140,74	130,17	138,29
Irsko	427,13	404,30	320,11	307,00	308,00	378,00
Itálie	466,00	445,25	349,00	462,73	483,00	481,00
Lotyšsko	14,65	19,73	25,22	26,35	25,88	24,43
Litva	40,06	40,86	43,54	46,60	46,15	39,70
Lucembursko	2,69	3,65	3,70	3,71	3,85	3,85
Malta	1,15	1,06	1,16	2,29	2,29	2,30
Nizozemsko	317,62	388,16	387,98	381,97	387,00	422,00
Polsko	828,64	762,81	803,88	765,07	878,90	853,05
Portugalsko	84,52	78,05	76,15	73,09	65,78	67,51
Rumunsko	155,87	129,50	130,65	133,92	141,67	146,82
Slovensko	58,00	59,14	55,83	54,83	56,08	55,20
Slovinsko	62,20	69,05	70,17	74,28	72,80	76,00
Španělsko	311,45	301,09	304,80	305,52	309,57	300,60
Švédsko	321,00	301,68	339,00	338,01	374,00	387,43
Velká Británie	4 592,00	3 270,55	3 670,63	3 973,02	4 229,73	3 998,69

Zdroj: Brewers of Europe 2010, Brewers of Europe 2014, vlastní zpracování.

Pozn.: Pro rok 2007 nebyla data dostupná.

Nejméně bylo vybráno na daních v roce 2009, kdy spotřební daň z piva celkově činila 8,8 miliard eur. O rok později, v roce 2010 odvody ze spotřební daně dosahovaly výše 10,3 miliard euro. Přibližně stejné částky na spotřební dani byly vybrány i v roce 2013. Z tabulky 3.8 je zřejmé, že největších výnosů ze spotřební daně dosahuje dlouhodobě Velká Británie, která v roce 2013 vybrala daň v celkové výši dosahující téměř 4 miliardy eur. Své prvenství si drží v celém sledovaném období. Více jak 800 milionů euro bylo vybráno na spotřební dani v Polsku, dále přes 670 milionů eur v Německu a Francii v roce 2013.

Nejméně této daně bylo vybráno maltskou vládou a v Lucembursku, kdy v roce 2013 činily příjmy do státního rozpočtu Malty pouhých 2,3 milionů euro a v Lucembursku téměř 3,9 miliardy eur.

Dopad pivovarnického průmyslu na jednotlivé členské státy uvádí tabulka 3.10. která uvádí podíl pivovarnického průmyslu na celkovém HDP, celkové zaměstnanosti, celkovém exportu dané země a podíl pivovarnického průmyslu na skupině 11 NACE.

Tab. 3. 10 Pivovarnický průmysl a jeho dopad na členské země EU (v %) za rok 2013

Pivovarnický průmysl				
	Podíl na HDP (v %)	Podíl na celkové zaměstnanosti (v %)	Podíl na celkovém exportu (v %)	Podíl na sk. 11 NACE (v %)
Rakousko	0,94 %	0,96 %	0,63 %	30 %
Belgie	1,01 %	1,02 %	0,05 %	47 %
Bulharsko	0,73 %	1,03 %	0,76 %	73 %
Kypr	0,99 %	1,09 %	0,16 %	-
Česká republika	1,42 %	1,30 %	1,06 %	46 %
Dánsko	0,61 %	0,84 %	0,15 %	46 %
Estonsko	1,04 %	0,65 %	0,05 %	45 %
Finsko	1,05 %	0,68 %	0,04 %	14 %
Francie	0,26 %	0,25 %	0,20 %	31 %
Německo	0,79 %	1,05 %	0,05 %	25 %
Řecko	1,14 %	1,61 %	0,04 %	14 %
Maďarsko	0,79 %	0,63 %	0,57 %	34 %
Irsko	1,46 %	2,24 %	0,28 %	-
Itálie	0,46 %	0,62 %	0,22 %	23 %
Lotyšsko	0,76 %	0,57 %	0,31 %	42 %
Litva	0,88 %	1,02 %	0,83 %	63 %
Lucembursko	0,32 %	0,64 %	0,10 %	-
Nizozemsko	0,77 %	0,88 %	0,39 %	-
Polsko	1,23 %	0,96 %	0,42 %	46 %
Portugalsko	1,16 %	1,46 %	0,08 %	34 %
Rumunsko	0,91 %	0,86 %	0,46 %	63 %
Slovensko	0,62 %	0,77 %	0,11 %	43 %
Slovinsko	1,14 %	0,80 %	0,05 %	-
Španělsko	1,22 %	1,51 %	0,28 %	24 %
Švédsko	0,42 %	0,41 %	0,28 %	18 %
Velká Británie	1,06 %	1,11 %	0,16 %	18 %

Zdroj: Brewers of Europe, 2014, Eurostat 2015a, Eurostat 2015b, vlastní výpočty.

Pozn.: Data pro podíl na sk. 11 NACE nebyla dostupná pro Kypr, Irsko, Lucembursko, Nizozemsko a Slovinsko.

Rakousko se řadí mezi tradiční pivovarské státy, neboť obyvatelé průměrně zkonsumují více jak 100 litrů piva ročně. Většina rakouských piv je velmi podobná německým a českým pivům. Zajímavostí je, že typické vlastnosti rakouského piva lze nalézt také v Mexiku, které kdysi bylo součástí Rakouské říše, a v Nizozemsku (Verhoef, 1999). Na rakouském trhu působí značný počet regionálních pivovarů a také několik větších národních podniků. Dominantní postavení však má společnost **Heineken**, která v roce 2003 odkoupila korporaci *Brau-Betailigungs-Aktiengesellschaft* (Verhoef, 2003). Přesto, že se rakouská piva podobají německým či českým, mají svou staletou tradici a odlišují se od zmíněných dvou zemí. Pro Rakousko je výroba piva důležitá, neboť se podílí 0,9 % na celkovém HDP. Necelé 1 % dosahuje podíl pivovarnického průmyslu na celkové zaměstnanosti Rakouska a více jak 0,6 % se podílí na celkovém exportu země. Nejvyšších hodnot dosahuje pivovarnický průmysl na podílu ve skupině 11 NACE, na které má podíl 30 %.

Mnoho publikací uvádí, že pivo má pro Belgičany takový význam a hodnotu, jako pro Francii sýry či víno. V Belgii je vařeno více než 450 druhů piv a zcela se odlišují svými nezvyklými chutěmi a silou (Zýbrt, 2005). Největší pivovarskou společností je v Belgii **Anheuser-Busch Inbev in Belgium** (označována AB In-Bev), která ovládá 56 % pivního trhu Belgie (AB In-Bev, 2015). Významnou roli také zastává společnost **Alken-Maes**, která je ve vlastnictví společnosti Heineken, a pokrývá 12% podílem belgický trh s pivem. (Alken Maes, 2015). Přesto se nedá říci, že by byl belgický trh s pivem ohrožen nadnárodními pivovary, neboť i přes dominanci těchto pivovarnických gigantů, se otevírá stále více nových pivovarů, které vaří jedinečné a rozmanité druhy piv. Významný podíl pivovarnického průmyslu v Belgii dosahuje na skupině 11 klasifikace NACE, jehož hodnota je 47 %. Na HDP se oblast výroby piva podílí více jak 1 %. Taktéž více jak 1 % náleží zaměstnanosti díky pivovarnickému průmyslu a to v porovnání s celkovou zaměstnaností. Malého významu však dosahuje podíl na celkovém exportu Belgie, neboť se jedná pouze o 0,05 %.

Trhu piva v Bulharsku dominují tři nadnárodní pivovarské společnosti, jedná se o **Molson Coors**, **Heineken** a **Carlsberg** (Union of Brewers in Bulgaria, 2015). Bulharská piva nejsou příliš známá, neboť zmiňované společnosti vyrábí v Bulharsku spíše svá vlastní vývozní piva. Podíl na bulharském HDP má pivovarnický průmysl více než 0,7 % a zaměstnává více jak 1 % celkově zaměstnaných. Na celkovém exportu Bulharska se pivní průmysl podílí 0,8 %. Bulharsko dosahuje také největšího podílu pivovarnického průmyslu na skupině 11 NACE v EU, neboť hodnota podílu dosahuje více jak 73 %.

Oblast výroby piva nemá na ostrově Kypr takovou historii jako např. v Německu, případně v České republice. Přesto místní obyvatelé a zejména turisté vyhledávají pivo stále více. Devadesátí procentní podíl na pivním trhu Kypru mají dvě společnosti, **Kypriaki Etairia Oinopnevmatodon (KEO)** a pivovar **Photos Photiades** patřící do portfolia Carlsberg (Cyprus Food & Drinks, 2015). Přesto, že podíl na celkovém exportu země dosahuje pouhých 0,2 %, podíl zaměstnanosti a na HDP dosahuje okolo 1 %.

Česká republika je označována za pivní velmoc, přesto, že velikost jejího trhu není nikterak veliká. Je to dáno především množstvím piva zkonsumovaného na obyvatele, kde ČR drží dlouholeté prvenství celosvětově. Pivo v ČR produkuje řada pivovarů, avšak největší podíl má společnost **SABMiller**, která ovládá téměř jak polovinu trhu, dále korporace **Molson Coors** ovládající 15 % trhu s pivem v ČR a asi 12% podíl náleží společnosti **Heineken** (Parmová, 2011). Jak je z tabulky zřejmé, v České republice dosahuje pivovarnický průmysl vysokých podílů jak na tvorbě HDP, jehož hodnota je téměř 1,5 %, pak také na zaměstnanosti, s hodnotou 1,3 % , více jak 1 % na celkovém exportu země a na skupině 11 NACE 46 %.

Trh s pivem v Dánsku ovládají dvě společnosti, které tvoří téměř 75 % produkce piva země. Jedná se o čtvrtou největší světovou pivovarskou společnost, **Carlsberg** a korporaci **Royal Unibrew** (Euromonitor, 2014). Největší dopad má pivovarnický průmysl v Dánsku na výrobě nápojů, neboť tvoří více jak 46 %, poté na zaměstnanosti s hodnotou 0,8 %, na HDP, na němž se podílí více jak 0,6 % a nejmenší podíl má na exportu, který má hodnotu téměř 0,2 %.

Historie estonského pivovarnictví sahá do první poloviny 19. století, kdy vznikl největší tuzemský pivovar Saku. Společnost **Saku** ovládá většinu pivovarnického trhu v Estonsku a v roce 2008 se stala součástí Carlsberg Brewery Group (Saku, 2015). Podíl na HDP má pivovarnický průmysl v Estonsku 1,6 % a na zaměstnanosti 0,6 %. Export ovlivňuje estonskou ekonomiku zcela nepatrně s podílem 0,05 %. Největšího podílu však dosahuje pivovarnický průmysl na výrobě nápojů, na jehož výrobě se podílí 45 %.

Pivní trh ve Finsku je v rukou 3 pivovarnických společností. První z nich je pivovar **Hartwall**, patřící do skupiny Heineken, pivovar **Olvi**, společnost Sinebrychoff spadající do korporace Carlsberg a pivovar **Nokian Panimo** (Panimoliito, 2015). Nejvíce pivovarnický průmysl ovlivňuje oblast výroby nápojů, neboť dosahuje podílu 14 %, dále HDP s podílem přes 1 %. Téměř 0,7 % připadá na zaměstnanost ve Finsku díky pivovarnickému průmyslu a export nedosahuje podílu ani 0,1 %.

Francouzské jídlo a víno je známo po celém světě, ovšem i pivovarnický průmysl sehrává ve Francii důležitou roli. Dá se říci, že většina piv je ovlivněna německou kulturou a je určitou verzí německých ležáků. Přesto některá francouzská piva jsou zcela specifická a vyrobená jako vhodná kombinace s typickými francouzskými jídly. Výroba piva je soustředěna především ve velkých nadnárodních pivovarech, většinu pivního trhu Francie ovládá **Carlsberg**, **Heineken** a společnost **AB-InBev** (Brasseurs de France, 2015). Pivovarnický průmysl má na francouzskou ekonomiku malý vliv, na HDP, zaměstnanosti i exportu se podílí pouze 0,2 %. Přesto v rámci skupiny Výroba nápojů dosahuje podílu o velikosti přesahující 31 %.

Na německém pivním trhu má největší zastoupení pivovarská společnost **Radeberger Gruppe KG**, která ovládá více jak 15 % pivního trhu. Dalším velkým hráčem na německém trhu s pivem je **AB-InBev** ovládající 7 %, skupina **Oettinger Gruppe** s tržním podílem 6,5 %, korporace **Krombacher Gruppe** s 6, 4% podílem a s 4% tržním podílem společnost **Brau Holding International** (Brauer-Bund, 2015). Největší vliv má pivovarnický průmysl jako podíl na skupině 11 NACE s hodnotou 25 %. Jelikož se v Německu nachází nejvíce pivovarů světa, značný vliv má pivovarnický průmysl na celkové zaměstnanosti s podílem větší než 1 %. Na HDP se výroba piva podílí hodnotou téměř 0,8 %.

Největším producentem piva v Řecku je skupina **Heineken**, kterou následuje druhá nadnárodní společnost **Carlsberg**. Obě korporace vyrábí piva v řeckých pivovarech, které se staly jejich součástí (Mythos Beer, 2015). Pivovarnický průmysl má značný vliv na řeckou ekonomiku, neboť tvoří více jak 1,1% podíl na HDP a 1,6 % na zaměstnanosti. Velmi malý podíl má pivovarnický průmysl na exportu. Dopad pivovarnického průmyslu lze pozorovat také v oblasti výroby nápojů, jehož podíl na skupině 11 tvoří asi 14 %.

Mezi hlavní výrobce piva v Maďarsku patří společnost **Heineken**, **Dreher**, **Pécs** a **Borsodi**, přičemž pivovar Borsodi náleží společnosti AB-Inbev (Magyar Sörgyártók Szövetsége, 2015). Podíl na HDP má pivovarnický průmysl asi 0,8 %, na zaměstnanosti 0,6 % a export 0,6 %. Největšího podílu dosahuje maďarský pivovarnický průmysl na výrobě nápojů s hodnotou 34 %.

Irský pivní trh ovládá pivovar **Diageo Ireland**, který má podíl na trhu s pivem v Irsku v hodnotě 44 %. Společnost také vlastní irská práva na společnost **AB-InBew**, která má 9% podíl na irském trhu s pivem. Dalším významným hráčem je společnost **Carlsberg**, jež produkuje pivo se 7% podílem na trhu (Euromonitor International, 2015). Pivovarnický průmysl je v Irsku významný pro dopad na celkovou zaměstnanost, neboť dosahuje hodnoty

1,6 % na celkové zaměstnanosti v zemi. Téměř 1,5 % tvoří výroba piva na HDP, avšak necelých 0,1 % na exportu Irska.

Vedoucí pozici na trhu s pivem má v Itálii společnost **Heineken**, která dosáhla v roce 2013 27%. Druhý významný hráč s 20% podílem je pivovar **Birra Peroni**. Přesto, že jsou obě společnosti dominantními výrobci na trhu, ztratily v roce 2013 malou část podílu, neboť rostla poptávka po lokálních pivovarech, které posílily a získaly na trhu větší podíl (Euromonitor International, 2015). Největší podíl má pivovarnický průmysl na zpracovatelském průmyslu, konkrétněji výrobě nápojů, jehož hodnota dosahuje 23% podílu. Dále pivovarnický průmysl v Itálii ovlivňuje zaměstnanosti, neboť se na ni podílí 0,6 %, podíl na HDP dosahuje 0,5 % a nejmenší podíl představuje export s hodnotou 0,2 %.

Přesto, že pivovar **Aldaris** v Lotyšsko dominuje pivnímu trhu, s celkovým podílem 26 %, neustálý tlak konkurence, především **Cesu Alus** a **Cido Grupa**, snižuje jeho náskok na pivním trhu. V roce 2013 došlo ke ztrátě pivovaru Aldaris, kdy se snížil jeho podíl na trhu o celých 6 procentních bodů oproti roku 2012 (Euromonitor International, 2015). Vliv pivovarnického průmyslu je nejvíce patrný na podílu pivovarnického průmyslu na výrobě nápojů, s hodnotou 42 %, dále na HDP, kde utváří 0,8 %, poté na celkové zaměstnanosti s hodnotou 0,6 % a nejméně je ovlivněn lotyšský export, kde tvoří asi 0,3 %.

Švyturys Utenos Alus je jasným lídrem na trhu s pivem v Litvě, kde ovládá 34 % trhu. Pivovar drží dominantní postavení na trhu s pivem již téměř deset let, neboť vybudovala silný distribuční systém. (Euromonitor International, 2015). Největší vliv má pivovarnický průmysl na skupině 11 klasifikace NACE, neboť tvoří více jak 63 %. Dále na zaměstnanost, kde tvoří asi 1 % celkové zaměstnanosti Litvy, dále na HDP s podílem 0,9 % a exportu, dosahující 0,8 %.

V Polsku na trhu s pivem dominuje divize **SABMiller** a **Kompania Piwowarska SA**. Třetí místo náleží společnosti **Carlsberg** (Euromonitor International, 2015). Přínos má pivovarnický průmysl především na HDP, kde dosahuje podílu 1,2 % na celkovém HDP Polska, dále na zaměstnanosti s podílem 1 % a nejmenšího podílu dosahuje na celkovém polském exportu. Na skupině Výroba nápojů se v rámci klasifikace ekonomických činností podílí pivovarnický průmysl v Polsku podílem 46 %.

Pivní trh Portugalska ovládají dva dominantní pivovary, jedná se o **Sociedade Central de Cervejas e Bebidas** a pivovar **Unicer–Bebidas de Portugal**. Oba pivovary jsou velmi populární mezi místními obyvateli a vyrábí širokou paletu piv (Euromonitor International,

2015). Výroba piva se podílí na tvorbě HDP o velikosti 1,2 %, na zaměstnanosti 1,5 %, na exportu téměř nepatrně, s hodnotou 0,1 % a největší podíl dosahuje pivovarnický průmysl v rámci výroby nápojů s 34% podílem.

Společnost **Heineken** zůstává v Rumunsku lídrem na trhu s pivem, neboť ovládá 31 %. S celkovým podílem 29 % pivního trhu náleží společnosti **Ursus Breweries SA** a téměř 11 % náleží korporaci **Bergenbier SA**. (Euromonitor International, 2015). Vliv na ekonomiku Rumunska má pivovarnický průmysl na podílu HDP o velikosti téměř 1 % a na zaměstnanosti, dosahující 0,9 % a také na celkovém exportu, jehož podíl se blíží 0,5 %. Největšího podílu však dosahuje oblast výroby piva na sekci Výroba nápojů s hodnotou 63 %.

Vedoucí postavení na trhu s pivem na Slovensku má **Topvar**, který v roce 2013 předstihl společnost **Heineken**. Topvar dosahuje 35% podílu výroby piva na slovenském trhu a společnost Heineken 34% podílu (Euromonitor International, 2015). Slovenská ekonomika je ovlivněna pivovarnickou výrobou zcela nepatrně, podíl na celkové zaměstnanosti dosahuje 0,8 %, na HDP 0,6 % a nejméně na exportu v hodnotě 0,1 %. Avšak největšího podílu dosahuje pivovarnický průmysl na skupině 11 klasifikace NACE s podílem 43 %.

Slovinský pivní trh ovládá **Pivovarna Laško** a společnost **Pivovarna Union Breweries** (Euromonitor International, 2015). Největšího podílu dosahuje slovinské pivovarnictví na HDP, jehož hodnota dosahuje 1,1 %, poté na celkové zaměstnanosti, kde podíl činí 0,8 %.

Dominantní postavení na trhu s pivem má ve Španělsku **Heineken**, který dosahuje podílu přesahující 30 %. S podílem asi 30 % působí na pivním trhu Španělska Mahou a 13 % trhu s pivem náleží **Damm** (Euromonitor International, 2015). Největší podíl má pivovarnický průmysl na klasifikaci NACE ve skupině 11 s hodnotou 23 %, dále na celkové zaměstnanosti, jejíž hodnota dosahuje 1,5 %, dále podílu na celkovém HDP s hodnotou 1,2 % a na celkovém exportu země ve výši 0,3 %.

Široký výběr značek piva společnosti **Carlsberg** dává švédským spotřebitelům možnost vybrat z řady pivních druhů. Carlsberg ovládá více jak 33 % pivního trhu Švédska, zbytek náleží drobným pivovarnickým společnostem (Euromonitor International, 2015). Přesto, že se pivovarnický průmysl nepodílí na HDP, zaměstnanosti a exportu ani 0,5 %, dosahuje v rámci Výroby nápojů hodnoty 18 %.

Přesto, že ve Velké Británii roste popularita pív vyráběná malými domácími pivovary, trh s pivem ovládá pět nadnárodních korporací. Největší podíl má však společnost **Heineken**,

vyrábí 22 % piva ve Velké Británii (Euromonitor International, 2015). Značný podíl má výroba piva na HDP, neboť tvoří asi 1 % celkového HDP Velké Británie a také 1 % se připisuje jako podíl na celkové zaměstnanosti díky pivovarnickému průmyslu. Hodnota 0,2 % značí podíl na celkovém exportu Spojeného království. Největšího podílu však dosahuje pivovarnický průmysl na Výrobě nápojů, neboť hodnota podílu dosahuje 18 %.

3.4 Shrnutí

Vývoj na světovém trhu s pivem je úzce propojen s vývojem ekonomiky. Vyspělé státy stagnují a významného růstu dosahují především země rozvojové. Světový trh s pivem byl do značné míry ovlivněn světovou finanční krizí z roku 2008, přesto došlo k rychlému zotavení a pivovarnický průmysl se vyznačuje stabilitou. Na pivních trzích se však také projevuje globalizace a konsolidace, neboť na trhu působí řada nadnárodních společností, které prostupují na rozvojové trhy a prostřednictvím akvizic a fúzí získávají větší podíl na trhu.

Pivovarnictví má na území EU dlouholetou tradici, přičemž pivo, jakožto jeho výrobek je oblíben v mnoha zemích. Evropská unie je světově druhým největším producentem piva, hned po Číně. Své prvenství si však udržuje v počtu pivovarských společností, které pivo vyrábí na území EU. Přesto, že EU vystupuje jako jeden celek, jednotlivé země EU jsou velmi rozdílné. Tyto odlišnosti se projevují i v oblasti výroby a průmyslu, tedy i pivovarnickém průmyslu. Za pivní evropské národy jsou označovány – Německo, Belgie, Česká republika nebo Velká Británie. Česká republika, jakožto malý středoevropský stát, zaujímá zvláštní postavení mezi těmito pivními velmocemi, neboť dominuje v průměrné spotřebě piva na osobu, a to celosvětově.

Významný je pivovarnický průmysl pro jak pro EU, tak pro jednotlivé členské země, neboť pivovarnictví vytváří téměř 2 miliony pracovních míst po celé EU. Důležitý je také přínos, který lze vidět v dopadech do národních prostřednictvím výběru daní. Ty jsou tvořeny především z DPH, daně z příjmů, sociálních odvodů a spotřební daně.

4 Nástroje a opatření na podporu pivovarnického průmyslu EU

Podpora průmyslu a podnikání v EU spadá především do kompetencí členských států. Na úrovni EU se průmyslová politika zaměřuje na vytvoření rámcových podmínek pro rozvoj podniků a inovací, přičemž je zohledněno, že většinu podniků tvoří malé a střední firmy. Proto její základ představuje tvorba příznivého a ekonomického klimatu s doplňováním specifických iniciativ pro určité sektory (Euroskop, 2014b).

Pro pivovarnický průmysl, jakožto významnou oblast průmyslové výroby EU, existuje řada nástrojů, jejichž prostřednictvím dochází k podpoře pivovarnického průmyslu jak na národní, tak mezinárodní úrovni.

Jako významný nástroj na podporu integrace společného trhu využívá EU **Politiku ochrany hospodářské soutěže**. Ustanovení, která upravují ochranu hospodářské soutěže, byla již ve smlouvě o Evropském sdružení uhlí a oceli z roku 1951, i v Římské smlouvě zakládající Evropské hospodářské společenství z roku 1957. Pravidla soutěže EU se vztahují jak na jednání soukromých podnikatelských subjektů, tak na vládní zásahy samostatných členských států. Mezi hlavní prvky soutěžní politiky EU patří:

- zákaz dohod mezi podniky, které narušují soutěž na vnitřním trhu,
- zákaz zneužití dominantního postavení na trhu,
- dozor nad fúzemi, které vedou k tržní dominanci,
- monitorování a regulace poskytování veřejných podpor,
- liberalizace sektorů, které ovládají státem garantované monopoly (Panáčková, 2012).

Některé firmy se pokoušejí narušit hospodářskou soutěž tím, že se na trh snaží vnést vlastní pravidla a získat tím určité výhody. Podstatou dohod narušujících hospodářskou soutěž, které jsou také označovány jako kartelové dohody, je vzájemné sladování postupů mezi několika soutěžiteli vedoucí k vytvoření umělého prostředí, které lépe vyhovuje vybraných soutěžitelů a poškozují ostatní soutěžitele (Faitová, 2012). Příkladem takového narušení může být ujednání dohody mezi některými soutěžiteli o rozdělení trhu nebo o výši cen. K narušení soutěže na trhu může také dojít, jestliže se určitému subjektu podaří své konkurenty vyloučit z trhu nebo je výrazně omezovat. To nastává především tehdy, když určitý podnik získá na trhu dominantní pozici, kterou zneužije a rezignuje na soutěž v daném odvětví. Tímto bývají postiženy nejen další soutěžitelé, ale zejména spotřebitelé. Platí totiž, že čím silnější jsou jednotlivé podniky, tím slabší je soutěžní intenzita (Kosíková, 2008).

Neslučitelná se společným trhem je ta fúze, která brání účinné soutěži, zvláště při vytváření nebo posilování dominantního postavení, je neslučitelná se společným trhem. Jedná se zejména o případy úplného splynutí podniků, získání kontroly nad jiným podnikem či založení společných podniků, které dlouhodobě plní funkci samostatně hospodařící jednotky (Panáčková, 2012). Další zneužití trhu, které je neslučitelné se společným trhem, je forma veřejné podpory. Zakázány jsou podpory v jakékoliv formě ze státních prostředků, které narušují soutěž nebo hrozí narušení soutěže tím, že zvýhodňují určité podniky nebo určitá odvětví výroby. Je-li některému podniku poskytnuta výhoda, znamená to, že se s ním zachází preferenčně. Dá se tedy říci, že ostatní podniky jsou proti němu v nevýhodě (Kincl, 2004). Od počátku 90. let je Evropskou komisí prosazována liberalizace veřejných služeb. Jedná se především o liberalizaci poskytování služeb v oblasti dodávek elektřiny, vody a plynu, dopravy, poštovních služeb a telekomunikací. Hlavním úkolem je zvýšit jejich konkurenceschopnost, zlepšit kvalitu a zajistit cenovou dostupnost všem spotřebitelům (Faitová, 2012.)

Již na počátku 11. století ve své lékařské a vědecké práci *Cervisiam bibat* (v překladu Pití piva) zdůrazňuje německý vizionář Saint Hildegard von Bingen, jak hluboce je zakotveno pivo v evropské kultuře. Již v této době byly obecně známy pozitivní účinky pití piva na zdraví. Vzhledem ke své nutriční hodnotě bylo pivo povoleno i během křesťanského půstu. V klášterech byly stanoveny limity, které měli mniši jako náhradu za chleba. Díky značné podpoře církve se pivo rychle stalo jedním z nejvíce spotřebovávaných nápojů v Evropě, a tak utváří evropskou kulturu a identitu (The Parliament Magazine, 2015). Evropský trh s pivem se velmi rychle vyvíjí. Na trhu EU se objevuje řada nových pivovarů, které pronikají i na trhy, které obvykle nejsou spojeny s pivem. Oproti tomu jiné země obnovují své pивní tradice. Z hlediska rozvoje podnikání se vyvíjí řada iniciativ a aktivit, jak na úrovni národní, tak evropské, které podporují pivovarnické společnosti. Důležité je však také informovat spotřebitele o složení a původu piva. Z tohoto důvodu vzniká řada organizací a fór, které mají napomoci k utváření příznivého prostředí v pivovarnickém průmyslu.

V rámci EU působí poradní orgán, nápomocný Radě a Komisy, *Evropský hospodářský a sociální výbor (EHSV)*, který je tvořen mnoha zájmovými skupinami. V roce 2013 vydal EHSV stanovisko s názvem **Podpora potenciálu růstu evropského pivovarnictví**, z něhož vyplývá, že evropské pivovarnictví je oblast, která se neustále rozvíjí. Dále je v dokumentu popsána výzva EHSV, která podněcuje zainteresované subjekty, aby:

- dosáhli pokroku při vytváření vyváženého regulačního prostředí, které umožní evropským pivovarům vyrábět pivo a obchodovat s ním,
- zahrnuli do dohod o volném obchodu s ostatními obchodními partnery EU prioritní oblasti, které vyžadují oboustranné pozitivní zacházení,
- podpořili a propagovali programy v oblasti sociální odpovědnosti, zdraví a vzdělávání, jak na úrovni EU, tak na národní úrovni,
- zohledňovali vliv vývoje v inovační, průmyslové a zemědělské politice.

Evropský hospodářský a sociální výbor také vybízí k tomu, aby na úrovni členských států EU a na regionální úrovni byli podniknuty kroky s cílem pokračovat v navazování partnerství se sektorem pivovarnictví a nevládními organizacemi za účelem propagace odpovědné konzumace alkoholu; podpory pivovarnictví zaměřeného na environmentální udržitelnost v dodavatelském a zásobovacím řetězci; využití dynamiky pivovarnictví k tvorbě pracovním míst a odstraňování překážek, které brání dalšímu růstu; dále zavedením stabilního daňového systému na úrovni členských států; a také rozvíjet projekty, do nichž se bude zapojovat veřejnost a tím bude podporován pivní cestovní ruch. Evropské pivovary by se měly aktivněji zapojit do činností, které jsou zaměřeny na propagaci potravinářských produktů a přispívají ke zdravým stravovacím návykům; podporovat programy učňovského vzdělání a odborné přípravy; posilovat spolupráci s výzkumnými a vzdělávacími institucemi a tím podporovat oblast inovací, výzkumu a vývoje; zintenzivnit účast v různých činnostech prováděných v rámci regionálních a strukturálních fondů; a rozšířit spolupráci s místními pěstiteli chmelu, obilí a dalších produktů nezbytných k výrobě piva (EHSV, 2013).

Evropská unie se také angažuje v oblasti bezpečnosti potravin, kde hlavním cílem je zajistit:

- bezpečné a výživově hodnotné potraviny a krmivo,
- vysokou úroveň zdraví a dobrých životních podmínek zvířat a ochrany rostlin,
- dostatek transparentních informací týkajících se původu potravin, jejich obsahu případně označení a použití.

Politika bezpečnosti potravin stojí na třech hlavních pilířích, jedná se o komplexní právní předpisy, jež pokrývají oblast bezpečnosti potravin a krmiv, nezávadnosti a hygieny potravin, dále spolehlivé vědecké poznatky sloužící k optimálnímu rozhodování a prosazování

práva a kontrola. Evropská unie může také přijmout zvláštní ochranná opatření, která se týkají používání pesticidů, doplňků stravy, barviv, antibiotik či hormonů; potravinářských přidaných látek; výrobků, které přicházejí do kontaktu s potravinami (například plastové obaly); uvádění složek, které mohou způsobit alergie. Přes tato opatření se EU snaží zajistit, aby potravinové normy nevytláčely z trhu tradiční potraviny, aby nedocházelo k poklesu kvality a aby nebyly potlačovány inovační tendence. Při vstupu nových členských zemí do EU, které se stávají součástí vnitřního trhu, je možné zavést přechodná opatření, která dávají zemi více času na to, aby se mohly přísným normám bezpečnosti potravin přizpůsobit (Evropa, 2015e). EU vyvíjí řadu nástrojů a opatření, které mají chránit spotřebitele, ale také výrobce v EU. Patří mezi ně *Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA)*, který posuzuje bezpečnost potravin a krmiv. Tato instituce úzce spolupracuje s vnitrostátními orgány a poskytuje nezávislé vědecké poradenství v oblasti možných rizik (Evropský úřad pro bezpečnost potravin, 2015). Významným nástrojem je také *Systém včasného varování (RASFF)*, který chrání obyvatele před potravinami, které nejsou v souladu s evropskými právními předpisy. Prostřednictvím tohoto systému je možné zjistit, zda potraviny neobsahují zakázané látky nebo velké množství nebezpečných látek. Na zjištěné nebezpečí jsou upozorněny všechny členské státy EU. Důležitým nástrojem je také systém řízení rizik *TRACES*, který představuje elektronický systém hraničních kontrol a certifikace obchodovaného zboží. V rámci Komise EU je uplatňováno právo v oblasti bezpečnosti potravin především tím, že dochází ke kontrolám implementace právních předpisů EU a prostřednictvím Potravinového a veterinárního úřadu, který provádí inspekce jak v členských zemích, tak mimo EU (Evropa, 2015f).

Výroba zemědělských produktů a potravin je důležitou součástí ekonomiky EU a snahy o zlepšení kvality potravin jsou částí zemědělské politiky EU. Řada zemědělských produktů a potravin se vyznačuje zvláštními charakteristikami v souvislosti se svým zeměpisným původem, tradičním složením či způsobem výroby. Od roku 1992 EU stanovuje podmínky, za nichž jsou tyto názvy přiznávány a chráněny proti padělání. Jedná se také o jakousi analogii s ochranou práv duševního vlastnictví. Výrobci v EU mohou ochraňovat názvy některých zemědělských produktů a potravin třemi různými způsoby. Prvním z nich je *Chráněné označení původu* (Protected Designation of Origin – PDO), které se používá pro potraviny produkované, zpracované a připravené v určité geografické lokalitě, přičemž se vyznačuje charakteristikami, které jsou pro danou lokalitu specifické. Další možností ochrany je *Chráněné geografické označení* (Protected Geographic Indication – PGI), které se velmi podobá PDO s tím rozdílem, že zeměpisná vazba už není tolik silná. Znamená to, že alespoň

jedna z fází výroby zpracování nebo přípravy musí proběhnout v dané geografické lokalitě. Posledním typem je *Zaručená tradiční specialita* (Traditional Specialities Guaranteed – TSG), která je typická pro tradiční potraviny, jež jsou na evropském trhu alespoň 25 let a byly vyrobeny tradičními postupy. Jednotlivé ochranné známky jsou vyobrazeny v obrázku 4.1.

Obr. 4. 1 Ochranné známky v EU



Zdroj: European Food Information Council, 2015, vlastní zpracování.

Doposud bylo pod různými ochrannými známkami zaregistrováno více jak tisíc zemědělských produktů a potravin. Největší zastoupení v počtu ochranných známek má Itálie, Francie a Španělsko. Značku chráněné zeměpisné označení pro pivo využívá v EU Německo, které užívá tohoto označení pro 9 piv, dále Česká republika taktéž pro 9 piv a Velká Británie pro 2 druhy piva (Evropa, 2015). Evropská politika kvality v oblasti zemědělství, zaměřená na propagaci kvalitních produktů a podporu rozvoje zemědělství, hraje stále významnější úlohu v posledních letech. Unikátním označením výjimečné kvality piva a způsobu jeho zpracování získala Česká republika v roce 2008 od Evropské unie chráněné označení **České pivo**. Chráněné zeměpisné označení České pivo představuje to, že české pivo se liší od evropských nebo světových piv. Pro spotřebitele tato značka představuje záruku kvality a typické chutě českého piva, neboť jsou využívány tradiční suroviny. Pro pivovarnické společnosti je České pivo zárukou stabilního trhu a ochrany před nekalou konkurencí (Český svaz pivovarů a sladoven, 2015)

4.1 Instituce podporující pivovarnický průmysl

Celoevropsky působící instituce **Brewers of Europe (BOE)**, která sdružuje asociace z 29 členských zemí EU, vznikla v roce 1958. Všechny země EU se podílejí na řízení této instituce a každá země může uplatnit při hlasování jeden hlas. Brewers of Europe sídlí v Bruselu a její hlavní úlohou je podpora pivovarnického odvětví v Evropě a vytváření příznivých podmínek pro pivovarnické společnosti. Organizace spolupracuje s předními

institucemi a vytváří informační kanál nejen pro pivovary, ale i pro spotřebitele samotné. V roce 2012 byl s podporou evropských institucí zahájen projekt *European Beer Pledge (EBP)*. Jedná se o dobrovolné závazky z iniciativy evropských pivovarů, které mají vést ke snižování negativních důsledků z konzumace alkoholu. Pivovary se zavázaly, že přijmou společná opatření ke zlepšení informovanosti spotřebitelů a budou řešit problematiku nalévání alkoholu nezletilým. V rámci kontrolní a monitorovací činnosti bylo ustanoveno fórum, na němž bude docházet k vyhodnocování dosaženého pokroku. Unikátní je projekt především v iniciativě pivovarských společností, které chtějí spolupracovat a úspěšně realizovat závazky na národní, ale i celoevropské úrovni. *European Beer Pledge* se skládá ze tří pilířů, přičemž první z nich je Růst spotřebitelova povědomí a odpovědná konzumace. Klíčovým prvkem tohoto pilíře je informovat spotřebitele o tom, jakou roli může hrát pivo v jejich životním stylu. Dále se jedná o informace týkající se samotných alkoholických nápojů jako produktové charakteristiky, objem alkoholu, důsledky konzumace alkoholu. Druhý pilíř nese název Zajištění odpovědné reklamy a marketingu, kde evropští výrobci piva budou informovat o odpovědné konzumaci alkoholu prostřednictvím nových informačních kanálů, jako jsou sociální sítě a různé příručky. Třetí pilíř se zabývá konkrétní odpovědností v případě zneužití alkoholu. Evropští pivovarníci budou vyvíjet kampaně proti pití alkoholu mladistvými, konzumaci alkoholu u těhotných žen a řízení pod vlivem alkoholu (Brewers of Europe, 2015). První iniciativa *Brewers of Europe*, která se zabývala zodpovědnou konzumací alkoholu, s názvem *SMART* (Sober Mobility Across Road Transport) cílila na snižování počtu opilých řidičů, kteří následně způsobují dopravní nehody. Projekt byl spuštěn v roce 2013 a pokračoval ještě do konce roku 2014 (Brewers of Europe, 2015).

Dalším celoevropským fórem je **European Parliament Beer Club (EPBC)**, sídlící také v Bruselu, který byl založen v roce 1995 a jeho hlavním cílem je výměna informací týkající se pivovarnického průmyslu. EPBC je jedním z největších diskusních skupin v Evropském parlamentu, který sdružuje více jak 100 poslanců. Nutno říci, že se nejedná o oficiální skupinu, ale neformální seskupení poslanců, kteří podporují sektor vaření piva a uznávají přínos pivovarnictví na evropskou kulturu, tradici a hospodářství (The EP Beer Club, 2015).

Na podporu pivovarnického průmyslu vznikla a vzniká řada institucí, které podporují pivovarnictví i na národní úrovni. Přehled národně působících institucí, které se angažují v oblasti pivovarnického průmyslu, uvádí tabulka 4.1. Nutno však říci, že většina aktivit, které

jsou asociacemi či přímo pivovary podporovány, směřují spíše ke spotřebitelům a umírněné konzumaci alkoholu.

Tab. 4. 1 Národní instituce podporující pivovarnický průmysl v členských zemích EU

Region	Země	Instituce
střední Evropa	Polsko	Browary Polskie
	Česká republika	Český svaz pivovarů a sladoven Českomoravský svaz minipivarů
	Rakousko	Verband der Brauereien Österreichs
	Slovensko	Slovenské združenie výrobcov piva a sladu Asociácia malých nezávislých pivovarov Slovenka
	Německo	Eutscher Braur-Bund e.V.
	Maďarsko	Magyar Sörgyártók Szövetsége
západní Evropa	Velká Británie	Beer & Pub Association Campaign for Real Ale
	Irsko	Irish Brewers Association Beer Ireland
	Nizozemsko	Nederlandse Brouwers
	Francie	Brasseurs de France French Craft Brewers
	Lucembursko	Fédération des Brasseurs Luxembourgeois
severní Evropa	Belgie	Brasseur Belges Belgian Family Brewers
	Dánsko	Bryggeriforeningen
	Finsko	Panimoliitto
	Švédsko	Sveriges Bryggerier AB
	Litva	Lietuvos Aludarių Gildija
jižní Evropa	Itálie	AssoBirra
	Portugalsko	Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja
	Malta	The Malta Chamber of Commerce, Enterprise and Industry
	Španělsko	Asociación de Cerveceros Caseros Españoles
jihovýchodní Evropa	Bulharsko	Union of Brewers in Bulgaria
	Rumunsko	Asociatia Berarii României
	Řecko	Greek Brewers' Association
	Kypr	Cyprus Brewers Association
	Chorvatsko	Croatian Chamber of Commerce Association of Beer, Malt and Hop Producers
	Slovinsko	Združenje Pivovar Slovenije

Zdroj: Brewers of Europe 2015, vlastní tvorba.

Browary Polskie je asociace, která sdružuje největší výrobce piva v Polsku. Hlavní činností je ochrana zájmů polských výrobců piva, zastupování členů v rámci státní správy

a samosprávy; budování stabilní pivovarnické platformy; a podpora aktivit na rozvoj odpovědné konzumace alkoholu (Browary Polskie, 2015).

V České republice působí *Český svaz pivovarů a sladoven (ČSPS)*, který sdružuje pivovary a další instituce, které se přímo či nepřímo podílejí na výrobě piva. Svaz navazuje na dlouholetou tradici, přičemž jeho počátky spadají do druhé poloviny 19. století. Již v této době byly zakládány první profesní pivovarské a sladařské organizace. Současná podoba asociace však vychází z roku 1991, kdy došlo k obnově profesní organizace pivovarníků a sladovníků. Hlavním cílem sdružení je prosazování a obhajování práv zájmů svých členů. Svaz také zajišťuje kontakty s legislativními orgány, orgány státní správy apod. V současnosti ČSPS sdružuje 23 pivovarnických společností, 7 sladoven a 19 přispívajících členů, mezi něž patří výrobci pivního skla, etiket apod. (Český svaz pivovarů a sladoven, 2015) Relativně novým sdružením, které bylo založeno v roce 2011 třiceti dvěma restauračními pivovary, je *Českomoravský svaz minipivovarů*. Svaz se angažuje v poskytování právního a legislativního servisu a také hájení zájmů minipivovarů. Dalším cílem je vzdělávací servis, školení sládků o technologických postupech a specifikách při vaření piva v minipivovarech. Třetí oblastí, kterou se asociace zabývá, je informační servis o vhodných zdrojích, surovinách, které jsou nezbytné k vaření tradičních ale i speciálních piv (Českomoravský svaz minipivovarů, 2015).

Zájmy rakouských pivovarů zastupuje *Verband der Brauereien Österreichs*. Pivovarnickému průmyslu je zde věnována velká pozornost, neboť právě toto odvětví tvoří největší segment domácího potravinářského a nápojového průmyslu. Členové sdružení jsou zvolení kandidáti a zaměstnanci pivovarů. Cílem je vytváření vhodného ekonomického, právního a společensko-politického prostředí pro provozování pivovarské činnosti. Důležitou roli zastává asociace také v zastupování zájmů v průmyslu jako celku a v rámci obchodní komory. Kromě toho sdružení poskytuje informace pro své členy, zejména právní poradenství, ale také informace s návazností na kontakty v rámci mezinárodního průmyslu (Bierserver, 2015).

Slovenské združenie výrovcov piva a sladu (SZVPS) je organizace, která sdružuje právnické osoby, které podnikají v oblasti výroby sladu a piva, a které s výrobci piva spolupracují. SZVPS bylo založeno v roce 1991 a v současnosti sdružuje většinu producentů piva a sladu na Slovensku. Sdružení prosazuje zachování původních slovenských značek piva, hájí společné zájmy svých členů v tuzemsku i zahraničí a napomáhá při výměně informací a zkušeností v oblasti pivovarnictví (Slovenské pivo, 2015). Dalším uskupením působících na Slovensku je *Asociácia malých nezávislých pivovarov Slovenka*, jak již z názvu vyplývá,

podporuje malé nezávislé pivovary. Asociace byla založena v roce 2009 čtyřmi malými pivovary. Hlavním cílem sdružení je ochrana drobných pivovarnických společností, neboť na slovenském pivním trhu působí nadnárodní pivovarské společnosti, které ovládají více jak 80 % trhu (Malé pivovary, 2015). Naproti tomu Kenning (2007) uvádí, že slovenští výrobci se nemusejí obávat konkurence, neboť slovenská piva jsou mezi místními obyvateli velmi populární a konzumenti jsou věrni svým oblíbeným značkám.

Deutscher Brauer-Bund je asociace, která vznikla v roce 1871 na popud německých sládků, kteří se aktivně zasazovali o to, aby byly zjištěny právní a sociální podmínky v pivovarnickém průmyslu. Společenství zastupuje zájmy všech pivovarnických společností ve Spolkové republice Německo, jedná se o boj proti nekalým soutěžním praktikám a výměnu zkušeností s vařením a prodejem piva. Členy jsou německé pivní asociace a také přímí členové, tedy pivovarské společnosti působící v Německu (Deutscher Braur-Bund, 2015). Instituci, která by lobovala za kvalitu piva v Německu, nenajdeme. Již v roce 1516 byl ustanoven **Reinheitsgebot** neboli **Zákon o čistotě piva**. Ten uvádí, že pivo může být vyráběno pouze ze tří surovin a to vody, ječmene a chmelu. Tyto předpisy později byly doplněny a přepracovány. Přesto Reinheitsgebot funguje dodnes a dostává se pod kritiku zejména ze strany nadnárodních výrobců piva (Kenning a Jackson, 2007).

V Maďarsku od roku 1992 působí asociace *Magyar Sörgyártók Szövetsége*, která byla založena za účelem prosazování společných zájmů výrobců piva. V současné době má sdružení tři členy, kteří na trhu pokrývají 90 % výroby piva v Maďarsku. Základními cíly jsou především reprezentace společných zájmů tuzemských pivovarů, shromažďování informací o pivovarnickém řemeslu a vytváření prostředí, v němž bude místo na vytváření diskusních fór a jiných informačních kanálů (Magyar Sörgyártók Szövetsége, 2015).

British Beer & Pub Association je orgán, který zastupuje britské pivovary a drobné producenty piva. Sdružení bylo založeno v roce 1904 a členy jsou pivovarské společnosti, které tvoří 90 % produkce piva ve Velké Británii. Hlavním cílem uskupení je vyvíjet aktivity v oblasti pivovarnictví a posilovat silnou pivovarnickou základnu (Beer and Pub, 2015). V roce 1971 byla ve Velké Británii založena dobrovolnická organizace *Campaign for Real Ale* (CAMRA), neboli kampaň za opravdové pivo (Campaign for Real Ale, 2015). Hlavním popudem vzniku tohoto hnutí byla obava z rostoucího dominantního postavení globálních výrobců, kteří využívají jiné výrobní postupy při produkci piva (Kenning a Jackson, 2007). Tradičními postupy ve Spojeném království se rozumí především výroba piva s menším množstvím oxidu uhličitého a zrání piva ve velkých sudech. Takto vyrobené pivo není

stáčeeno pod tlakem oxidu uhličitého, ale je ze sudu přečerpáváno ručně. Pro nadnárodní pivovarské společnosti je však z hlediska zisků výhodnější používání moderních technologií. Hnutí CAMRA se také snaží o podporu malých pivovarů a poskytování pomoci při zakládání nových pivovarnických podniků (Verhoef, 2003). V současné době má organizace CAMRA téměř 165 tisíc členů po celém světě a bývá označována jako nejúspěšnější spotřebitelská kampaň v Evropě. Obdobné hrozbě zániku tradičních postupů při vaření piva čelí pivovary v Evropě, ale mimo ni. Z tohoto důvodu se v roce 1990 se CAMRA spojila s podobnými národními skupinami v Evropě, což umožňuje efektivnější kampaň a možnost lobby u Evropské komise a Evropského parlamentu, a byla vytvořena *European Beer Consumers Union* (EBCU, 2015).

V Irsku zastupuje pivovarnický průmysl *Irish Brewers Association (IBA)*, která byla založena v roce 1904. V současné době je v asociaci 90 % výrobců nebo distributorů piva Irska. Hlavní úlohou IBA je podpora pivovarnického průmyslu, neboť jeho existence má obrovský přínos pro irskou ekonomiku, ale také kulturu a sociální oblast (Irish Brewers Association, 2015). V roce 2012 vzniklo v Irsku sdružení *Beer Ireland*, které zastupuje zájmy drobných irských pivovarů. V rámci této organizace probíhají kurzy a školení týkající se pivovarnického řemesla. V současné době má Beer Ireland téměř 100 členů (Beer Ireland, 2015). Jedná se tedy o neformální organizaci, která se zaměřuje na pivovary menší velikosti a cílem je informovat pivovary samotné, ale i veřejnost o podnikání v pivovarnickém průmyslu.

Nederlandse Brouwers je organizace, která zastupuje zájmy pivovarů v Nizozemsku. Členy jsou pivovary, které tvoří na nizozemském trhu 95 % výroby piva. Snahy sdružení jsou především v informovanosti o problematice odpovědného pití piva, jeho prodeji doma i v zahraničí (Nederland Brouwers, 2015).

Společnost *Brasseurs de France* byla založena v roce 1880, což je jasným důkazem toho, že Francie není pouze zemí vína. Asociace se snaží především podporovat pivovarnický průmysl, neboť francouzské piva nejsou tolik známé jako víno nebo sýry. Pozornost je věnována publicitě francouzského pivovarnického průmyslu (Brasseurs de France, 2015). Ve Francii působí také *French Craft Brewers*, což je organizace, která sdružuje 10 nezávislých tradičních pivovarů. Sdružení se zasazuje o uchování dlouholeté tradice vaření piva. (French Craft Brewers, 2015).

V Itálii nemá pivovarnictví žádnou tradici a pivo pijí zejména mladí lidé. Italové dávají přednost vínu, a to dokonce více než Francouzi (Verhoeff, 2003). Na národní úrovni

působí sdružení *AssoBirra* (asociace pivovarů a sladoven), které vzniklo v roce 1907 a sdružuje společnosti, které působí v pivovarnickém průmyslu. Členy *AssoBirry* jsou pivovary, které produkují více jak 98 % italského piva. Hlavním cílem asociace je podpora kultury, budování povědomí o italském pivu a zodpovědná konzumace piva (Salva La Tua Birra, 2015). Od roku 2007 asociace *AssoBirra* vytváří programy, kterými je podporována odpovědná spotřeba (*AssoBirra*, 2013). Jejich přehled uvádí tabulka 4.2.

Tab. 4. 2 Iniciativy italské asociace pivovarů a sladoven v letech 2007-2013

Rok	Iniciativa
2007	“If you’re expecting a baby, alcohol can wait”
2008	“You tell them”
2009	“There is no in between. Either you drink or you drive”
2010	“The words to say it. How parents and children can talk about alcohol”
2011	There is no in between. Either you drink or you drive”, druhé vydání
2012	“If you’re expecting a baby, alcohol can wait”, druhé vydání
2013	“Either you drink or you drive”, třetí vydání

Zdroj: AssoBirra, 2013, vlastní zpracování.

První iniciativa, určená pro rok 2007, se zabývala odpovědnou spotřebou, která cílila na ženy čekající dítě. Hlavní poselství této iniciativy spočívá v informovanosti a možných důsledcích pití alkoholu v těhotenství ženy. Druhá verze stejnojmenného programu byla přijata i pro rok 2012. Další projekt s názvem *You Tell Them*, z roku 2008, se zaměřoval na prevenci pití alkoholu mladistvými. V roce 2009 *AssoBirra* spustila projekt, který byl určen pro řidiče jako prevence proti řízení pod vlivem alkoholu. Program zaměřený na řidiče byl vydán i v roce 2011 a 2013. Iniciativy se zaměřují na pití alkoholu v tzv. rizikových situacích a hlavním cílem je informovat spotřebitele o důsledcích pití alkoholu. Iniciativa z roku 2010 se zaměřila právě na informovanost, která se vztahovala na dialogy rodičů a dětí o možných důsledcích alkoholu.

Přesto, že jsou Španělé stejně jako Francouzi a Italové spíše milovníky vína, existuje v těchto zemích pivní kultura, byť ne tak rozvinutá jako v zemích střední Evropy. Ve Španělsku působí *Asociación de Cerveceros Caseros Españoles* (v překladu španělská asociace domácího vaření piva), která vznikla jako podpora domácího vaření piva za účelem rozvíjení tohoto řemesla (*Asociación de Cerveceros Caseros Españoles*, 2015). Národní kampaň *En la carretera cerveza sin* je vyhlašována každoročně asociací v období letních

prázdnin. Jedná se o kampaň, která nabádá k alkoholové zdrženlivosti před řízením auta (Brewers of Europe, 2015)

V Portugalsku bylo v roce 1986 založeno sdružení *Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja*, (APPC), které zastupuje společnosti, které se zabývají výrobou a přímým prodejem piva. Hlavním posláním APPC je reprezentace pivovarského průmyslu v Evropské unii a u mezinárodních organizací; zajištění udržitelnosti výroby piva, která bude konkurenceschopná a odpovědná; dále angažovat se více v oblasti životního prostředí a zajistit bezpečnost potravin (Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja, 2015). S podporou portugalské pivovarnické asociace vznikl projekt *Run*, který byl cílen na mladistvé ve věku 16-18 let, kteří využívají dvoukolové dopravní prostředky. Jedná se o projekt, který má podporovat prevenci rizikového chování na silnici (Brewers of Europe, 2015).

V Belgii působí *Brasseur Belges* neboli národní sdružení belgických pivovarů již od 14. Století a je tak považováno za jedno z nejstarších belgických obchodních sdružení (Belgian Brewers, 2015). Asociace sídlí na bruselském náměstí, na němž jsou ulice pojmenovány podle tradičních řemesel. Z cechovních domů, které kolem tohoto náměstí byly postaveny, slouží pouze pivovarnický dům jako jediný k původnímu účelu (Jackson, 1994). V současnosti sdružení zastupuje více jak 100 velkých a středních pivovarských společností, které tvoří více jak 90 % belgické produkce piva (Belgian Brewers, 2015). Dalším významným sdružením je *Belgian Family Brewers (BFB)*, které sdružuje rodinné pivovary Belgie, které dohromady tvoří asi 15 % belgického pivního trhu. V současnosti má BFB 21 členů a jeho cílem je podpora historických a nezávislých rodinných pivovarů, které přinášejí jedinečnost v rámci tradičního vaření piva. Prostřednictvím značky *pravosti* chce sdružení nabídnout spotřebiteli záruku původu a tradiční výroby piva (Belgien Family Brewers, 2015).

V zájmu zachování litevského tradičního vaření piva vznikla organizace *Lietuvos aludarių gildija*, která má podporovat pivovarnický průmysl v zemi a posílit povědomí o tomto řemeslu nejen na území Litvy. Společnost vznikla v roce 1991 a členství je otevřeno všem výrobcům a prodejcům piva sídlícím v Litvě (Lietuvos aludarių gildija, 2015). Asociace také vyvinula kampaň *Grave of a Drunk Driver*, jejíž součástí byla instalace umělých hrobů uprostřed silnic blízko nočních klubů. Tento projekt měl především upozornit na možné důsledky pití alkoholu před jízdou autem (Brewers of Europe, 2015).

V roce 1899 bylo v Dánsku založeno *Bryggeriforeningen* (Sdružení dánských pivovarů), které sdružuje téměř všechny dánské výrobce piva. Hlavní náplní sdružení je

spolupráce se státními institucemi a řešení otázek v oblasti daní, obalového průmyslu, konkurenčního prostředí a alkoholu. Asociace se také snaží o zvýšení povědomí týkající se celého pivovarnického průmyslu, hlavním nástrojem jsou finance, kterými jsou hrazeny přednášky sládků z pivovarů nabízené široké veřejnosti (Bryggeriforeningen, 2015). Sdružení dánských pivovarů v roce 2014 vypracovalo koncept s názvem *Er du klar?* (Jsi připraven?), který se zaměřuje na umírněnou spotřebu alkoholu a prevenci proti řízení auta pod vlivem alkoholu. Kampaň je cílená na mladé lidi, které má informovat a vzdělávat o problematice zneužívání pití alkoholu. Na počátku roku 2014 společenství Bryggeriforeningen započalo s navazováním partnerství s podniky, které se zabývají výrobou a zpracováním vína a lihovin. Cílem partnerství je snižování nadměrné konzumace alkoholu, která je podporována i dánskými zdravotnickými orgány (Er du klar, 2015).

Sdružení *Panimoliitto* působí ve Finsku a prosazuje zájmy producentů piva, jablečného vína, míchaných nápojů, nealkoholických nápojů a minerálních vod. Federace také spolupracuje s finskou Potravinářskou asociací (Panimoliitto, 2015). Sdružení také spustilo diskusní internetovou stránku, která umožňuje konzultace s odborníkem ohledně konzumace alkoholu.

Ve Švédsku působí *Sveriges Bryggerier*, které bojuje za lepší podmínky pro pivovarnické společnosti na trhu nápojů. Asociace byla založena již v roce 1885 a jejím posláním bylo zabývat se otázkou recyklace lahví a daňovými odvody z piva. Členy jsou nejen pivovarnické společnosti, ale také podniky, které vyrábí jablečné víno, nealkoholické nápoje na území Švédska (Sveriges Bryggerier, 2015).

Greek Brewers Association zastupuje výrobce piva v Řecku. Hlavním posláním sdružení je informovat své členy o vývoji mezinárodního pivovarnictví, podpora výzkumných a vzdělávacích programů, které jsou zaměřeny na oblast výroby a distribuce piva (European Commission, 2015).

Union of Brewers in Bulgaria (UPB) představuje organizaci, která zastupuje pivovarské společnosti v Bulharsku. Posláním sdružení je podpora rozvoje a propagace bulharského pivovarnictví s využíváním přírodních surovin. Dále podpora tradičních postupů při výrobě piva a zvyšování profesního postavení pracovníků v pivovarnickém průmyslu. UPB vznikla v roce 1991 jako podpora celistvosti výroby piva na vysoké úrovni (Union of Brewers in Bulgaria, 2015a). V Bulharsku je oblast pivovarnictví podporována i prostřednictvím investic. V roce 2013 bylo investováno do pivovarnického průmyslu v rámci rozvoje průmyslové výroby investováno přes 29 milionů eur (Union of Brewers in Bulgaria,

2015b). Za podpory UPB byl v roce 2012 spuštěn projekt *the Sports Is the Better Way for Children to Grow Up – Parents, Talk to Your Children About Alcohol*, který nabádal k tomu, aby rodiče hovořili se svými dětmi o škodlivosti a důsledcích pití alkoholu. Součástí této akce byla také spolupráce se sociálními pracovníky, psychology a lékaři (Brewers of Europe, 2015)

V Rumunsku působí téměř 10 let organizace *Asociatia Berarii României*, neboli sdružení rumunského pivovarnictví. Asociace byla založena významnými producenty piva na rumunském trhu a hlavním posláním je podpora a utváření udržitelného pivního průmyslu v Rumunsku. Snahou velkých pivovarů je především podporovat pivovarnický průmysl na mezinárodní úrovni (Berarii României, 2015).

Přesto, že je Kypr malým ostrovním státem, působí zde *Cyprus Brewers Association*. Tato asociace sdružuje výrobce piva, kteří pokrývají až 95 % produkce piva na Kypru. Snahou kyperské pivní asociace je podpora a rozvoj pivovarnictví, odpovědné a etické informování spotřebitele a podporovat vědecké výzkumy a průzkumy (Cyprus Brewers, 2015). Kyperská pivní asociace se také zavázala, že bude rozvíjet informační kampaň, která bude odrazovat řízení auta pod vlivem alkoholu. Akce probíhala tak, že skupina dobrovolníků navštívila noční klub, kde provedla dechovou zkoušku u vybraných řidičů. V případě, že tito lidé opouštěli klub v limitu, kdy auto mohli řídit, byli odměněni drobným dárkem. Pokud však hladina alkoholu v limitu nebyla, klíče od auta byla předána kamarádovi, který alkohol nepil (Brewers of Europe, 2015).

Obecně se tedy dá říci, že podpora pivovarnického průmyslu je cílena na spotřebitele a jejich odpovědnou konzumaci alkoholu. Iniciativy, které jsou vydávány asociacemi v členských zemích, jsou zaměřeny na propagaci pivovarnického průmyslu a především dodržování tradičních postupů a při výrobě piva.

Řada mezinárodních pivovarnických korporací také vyvíjí své aktivity, kterými podporuje střídmostou konzumaci alkoholických nápojů a prevenci pití alkoholu před řízením. Společnost **AB-InBev** si každoročně připomíná tzv. *Be(er) Responsible Day*, což představuje iniciativu, která se koná po celém světě v určitý den a cílem informovat zaměstnance, maloobchody o prevenci pití alkoholu nezletilými a podpora odpovědného pití alkoholu. Zároveň jsou všichni obchodní partneři vybízeni, aby se zapojili do komunity AB-InBev, která dlouhodobě vyvíjí úsilí v oblasti prevence zneužívání alkoholu. Obdobnou iniciativu započal v roce 2014 i **Heineken** s názvem *Enjoy Responsibly Day*, který je věnován zaměstnancům a informovanosti o všech aspektech pití alkoholu a jeho prevenci. Pivovarská společnost **SABMiller** se zavázala k odpovědné konzumaci alkoholu, jakožto hlavní priorita

udržitelného rozvoje. Lidé by podle společnosti měli přijímat svá rozhodnutí týkající se pití alkoholu na základě přesných informací, z tohoto důvodu vznikla i internetová stránka, která má tyto informace poskytovat.

Soubor aktivit, kterými stát působí na zahraniční obchod, se obecně nazývá zahraničně obchodní politika. V závislosti na hospodářské a sociální situaci v daném teritoriu může být obchodní politika zaměřena liberálně nebo protekcionisticky. Velký význam má zahraniční obchod díky efektivnějšímu využití produktivních sil světa (Hloušek, 2003). Na obchodní politiku působí řada faktorů, nejvýznamnější z nich je však globalizace světové ekonomiky.

Pro pivovarnické odvětví je obchodní politika velmi důležitá, neboť až 60 % produkce piva, která je vyprodukována na území členských zemí EU je vyvážena do třetích zemí (Brewers of Europe, 2014). V rámci společné obchodní politiky jsou uplatňovány různé nástroje při dovozu piva do EU. V současné době platí zákaz dovozu zboží, tedy i piva, z Krymu a Sevastopolu (Evropa, 2015e).

4.2 Predikce vývoje pivovarnického průmyslu

Odhadnout, jak se bude nadále pivovarnický průmysl vyvíjet, je velmi obtížné. Závisí to na řadě faktorů, které jsou blíže specifikovány v kapitole 3.1. Faktor, který mohou jen málo pivovarské společnosti ovlivnit, je rozhodování spotřebitele. Přesto se pivovary snaží přizpůsobovat zákazníkům, prostřednictvím nových chutí piv nebo také rozšiřujícím se výběrem Radlerů. Slovo Radler označuje pivní nápoj, který se mísí s limonádou a je velmi oblíben u žen a sportovců, neboť obsahuje malé množství alkoholu a díky limonádě má sladší chuť než klasické pivo. Dá se říci, že se jedná o následovníka nealkoholického piva pro řidiče, zvaného PITO (pito = pivo+auto), který se objevil na trhu v druhé polovině 20. století (Hasík, 2013).

Budoucnost nejen evropského pivovarnictví je také závislá na vývoji tzv. „homebrewingu“. Domácí vaření piva se rozvinulo v 1. polovině 20. století v USA, kde probíhala prohibice a pro Američany to byl jediný (avšak nelegální) způsob jak se piva napít, neboť bylo zakázáno vyrábět, dovážet či prodávat alkohol. Domácímu vaření piva se také věnovali i Češi a to během 1. a 2. světové války. Důvodem bylo to, že vaření piva v pivovarech bylo za války značně omezeno a jeho chuť byla nevalná, protože chyběly suroviny potřebné k uvaření piva. V současné době se nejvíce domácímu vaření piva věnuje USA, což je dáno dlouholetou tradicí (Zýbrt, 2005). Domácí vaření piva se však rozmáhá

ve všech koutech světa. Typickými homebrewery jsou také anglické pivovary, které vaří piva s typicky hořkou chutí. Oproti malému, případně domácímu vaření piva, existují nadnárodní pivovarské společnosti, které rozšiřují své výroby a dostávají se na nové trhy. Pivovarnické korporace často také zkupují národní pivovary, které se stanou součástí holdingu. Velkým pozitivem je, že se ke spotřebiteli dostane širší paleta piv. Problémem však často bývá, že tyto korporace mají své levnější výrobní postupy, neboť chtějí šetřit náklady a čas na výrobu piva, a pivo ztrácí svou přirozenou chuť. Z tohoto důvodu se stále více objevují různé iniciativy skupin, které lobují za zachování tradičních hodnot a domácího vaření piva.

S prostupující se globalizací internacionalizací ekonomik dochází k tomu, že na světových trzích vystupují noví hráči, kteří se snaží prosadit na trhu, ne jinak je tomu i na pivovarském trhu, ať už evropském či světovém. Přesto, že nové pivovarské společnosti většího rozsahu se objevují jen zřídka, převládají snahy stabilních pivovarských korporací o získání nových trhů a nových zákazníků. Predikce nejrychleji rostoucích pivních trhů je uvedena v příloze 1. Z obrázku je zřejmé, že největšího růstu v letech 2011-2016 bude dosahovat Indie a Irák, a to přes 10 %. Značného růstu, přes 8 % bude dosahovat Kazachstán, Egypt a Azerbajdžán. Předpověď také uvádí růst pěti největších pivních výrobců světa. I přes dynamický růst bude spotřeba na osobu na těchto trzích nízká. Největšího růstu zaznamenaná největší výrobce piva na světě, Čína, přičemž její růst bude dosahovat až 5,5 %. V Brazílii je očekáván růst pivovarnického průmyslu ve výši 5 %. Oproti tomu, nejvýraznější propad zaznamenaná německý pivní trh, který se propadne až o 1,5 %. Ztrátu bude vykazovat i ruský a americký pivní trh (Euromonitor International, 2013). Přesto, že je zpráva o predikci pivovarnictví vydána v roce 2013, obsahuje i odhad pro roky před tímto datem.

Vývoj pivovarnického průmyslu bude také záviset na investicích do vědy a výzkumu a také výroby. Řada společností vyvíjí nové technologie a postupy výroby, které se mohou stát klíčovými do budoucna v oblasti nejen pivovarnického průmyslu.

4.3 Shrnutí

Pivovarnický průmysl zasahuje i do dalších oblastí. Jedná se především o oblast zemědělství, neboť pivo je vařeno ze základních zemědělských surovin. Se zemědělstvím také souvisí Politika bezpečnosti potravin, která je vyvíjena Evropskou komisí. Další oblastí, která souvisí s pivovarnickým průmyslem, je obchodní politika. Vždyť pivo, které není zkonsumováno spotřebiteli přímo v členské zemi EU, směřuje v rámci obchodních vztahů

bud' do jiných nečlenských zemí Unie, tzv. vnitrounijní obchod, nebo do třetích zemí, což je nazýváno jako extraunijní obchod.

Z těchto důvodů jsou na nadnárodní úrovni, ale také na národní úrovni, vyvíjeny iniciativy, které podporují oblast pivovarnictví, především ale kampaně cílí na spotřebitele a mírnou konzumaci alkoholu. V rámci EU existuje instituce Brewers of Europe, která sdružuje hlavní pivovarské asociace ze všech členských zemí EU. Toto uskupení se angažuje v oblasti výroby, legislativy ale také v sociální oblasti. Členské státy EU mají své vlastní pivní asociace a souhrnně se dá říci, že hlavním cílem je podpora tradičních postupů při výrobě piva, zachování tradic a lepší informovanost pivovarníků, ale i spotřebitelů.

5 Závěr

Práce vymezila současné postavení pivovarnického průmyslu v unijní ekonomice, přístup EU k řešení otázek týkající se průmyslové výroby a především pivovarnického průmyslu. Evropská unie jako společenství v současnosti již 28 členských států zaujímá ve světové ekonomice významnou pozici. Avšak tato situace není neměnná a je ovlivněna řadou faktorů. Významnou roli zde hraje ekonomická vyspělost EU jako celku, ale i jednotlivých regionů. Regiony EU se vyznačují disparitami, které se projevují i v rámci pivovarnického průmyslu.

Předtím než bylo vymezeno postavení pivovarnického průmyslu a jeho dopad na ekonomiku EU, bylo nutno klasifikovat a vymežit pojem průmysl. K průmyslu se vztahuje průmyslová politika, která představuje soubor opatření, jež přijala vláda k ovlivnění výkonnosti dané země. Přesto, že průmyslová politika představuje samostatnou oblast, zasahuje i do jiných oblastí jako je soutěžní politika, regionální politika apod. Průmysl je důležitým prvkem v procesu tvorby bohatství, neboť má pozitivní dopad na růst produktivity, zavádění nových technologií a umožňuje užší propojení mezi výrobou a službami.

Průmyslová politika EU vyvíjí nástroje, kterými jsou eliminovány rozdíly mezi hospodářskou úrovní jednotlivých oblastí, posílení konkurenceschopnosti průmyslu EU, utlumování neefektivních výrob a podporou malých a středních podniků. Průmyslová politika EU se řadí mezi koordinované politiky, což znamená, že každý členský stát přenesl částečně svou působnost na orgány EU. Důležitou oblastí průmyslové politiky EU je přizpůsobování průmyslu strukturálním změnám, neboť globalizace přináší nové jevy. Z ekonomického hlediska je výroba piva zajímavou, především ale stabilní součástí gastronomického průmyslu a příležitostí pro pracovní uplatnění značného počtu lidí nejen při výrobě piva, ale hlavně v navazujících službách. Jedná se především o pohostinství a hoteliérství. V Evropské unii se nachází téměř 5 tisíc pivovarů, které vyprodukují ročně 400 milionů hektolitrů piva. Důležitost pivovarnického průmyslu ilustruje i fakt, že největší nadnárodní korporace sídlí právě v EU. Celosvětově působí pivovarnická společnost AB-InBev, která sídlí v Belgii a vyrábí více jak 20 % světové produkce piva, korporace SABMiller pocházející z Velké Británie vyrábějící 9,5 % světové produkce piva a třetí pozice v celosvětové produkci piva patří společnosti Heineken, která má svou mateřskou společnost v Nizozemsku, vyrábějící 9 % světové produkce piva.

Pivovarnický průmysl ovlivňuje řada faktorů. Významný vliv má především zemědělská produkce, neboť k výrobě piva je využíváno základních zemědělských surovin. Ovšem i zemědělství je ovlivňováno řadou faktorů, jako například klimatické a přírodní podmínky. Obecně však lze faktory působící na pivovarnický průmysl shrnout do šesti oblastí, které jsou propojeny a navzájem se doplňují. Jedná se o faktory ekonomické, politické, sociální, technologické, legislativní a environmentální. Mezi ekonomické faktory patří především ekonomická situace dané země, působení celosvětových ekonomických jevů, především globalizace. Na počátku 90. let 20. století došlo k rozpadu východního bloku a země procházeli liberalizací, deregulací a privatizací, přičemž řada pivovarnických společností přešla do rukou soukromých vlastníků. V tomto období vlivem liberalizace docházelo k nárůstu globální konkurence na světových trzích, jelikož nadnárodní pivovarské společnosti rozšiřovali své výroby a distribuce do transformovaných zemí. Pivovarnický průmysl zažíval až do roku 2007 značný rozmach, produkce i spotřeba piva rostla a pivovarnické společnosti zaznamenávaly zvyšující se zisky. Přelom roku 2007 a 2008 se však stal zlomovým, neboť se z USA rozšířila celosvětová krize, která postihla téměř všechny státy světa, včetně všech odvětví. Světová krize poznamenala i pivovarnický průmysl, kdy došlo ke snížení objemů vyprodukovaného piva ve všech pivovarech, které bylo vyvoláno sníženou poptávkou spotřebitelů. Současně však také dochází celosvětově k tlaku na poptávku po základních surovinách, což má za následek růst cen zemědělských produktů a potravin. Politické faktory, které ovlivňují pivovarnický průmysl, jsou představovány politikou vlády a tlakem zájmových skupin. Legislativní faktory jsou úzce spojeny s politickými faktory, protože politika nemůže být realizována bez legislativních kroků. Evropské pivovarnictví muselo také reagovat na cíle, které jsou stanoveny v rámci environmentální udržitelnosti. Pivovarnické společnosti se proto angažují v aktivitách, kterými podporují ochranu životního prostředí. Velmi významné jsou také sociální faktory, které jsou představovány demografickými aspekty, ale také preferencemi obyvatel, ať už v oblasti životního stylu či hodnotového systému.

Nové přístupy a podpory, které vznikají z iniciativy jak orgánů EU, členských států, národních asociací, případně samotných pivovarů představují především projekty, které jsou zacíleny na spotřebitele a konzumaci alkoholu. Ovšem od roku 1958 existuje Brewers of Europe, instituce, působící v EU, která zastřešuje jednotlivé národní pivovarské asociace. Brewers of Europe vytváří podmínky příznivé pro produkci, ale také pro obchod s pivem.

Hypotéza, že evropský pivovarnický průmysl je důležitou oblastí, která se významně podílí na tvorbě HDP a zaměstnanosti členských zemí EU, která byla stanovena na začátku práce, byla potvrzena pouze částečně. Pivovarnický průmysl jako součást průmyslové výroby představuje důležitou oblast, díky níž jsou produkovány výrobky, se kterými je následně obchodováno. Přesto se pivovarnický průmysl v EU podílí na zaměstnanosti, HDP a exportu jednotlivých členských zemích velmi malým podílem. Na základě vlastních výpočtů bylo zjištěno, že Evropská unie dosahuje kladného salda obchodní bilance v oblasti pivovarnického průmyslu. Znamená to, že více piva je z EU vyváženo, než dováženo. Bylo také zjištěno, že pivovarnický průmysl EU vytváří téměř 2 miliony pracovních míst. Pokud by tedy došlo k zániku nebo značnému utlumení výroby piva v členských zemích, EU by se potýkala s výraznou nezaměstnaností. Další přínos, který lze pozorovat díky pivovarnickému průmyslu, je dopad na státní rozpočty členských zemí EU, jelikož nemalé částky jsou vybírány na spotřební dani a DPH. Evropská unie, členské země, ale i samotné pivovarnické společnosti vyvíjí řadu iniciativ, kterými podporuje tuto oblast. V posledních letech se však vyvíjené iniciativy zaměřují především na odpovědnost a umírněnou spotřebu alkoholu v celosvětovém měřítku. Pivovary se snaží také více přizpůsobovat preferencím spotřebitelů, vyvíjí nové chutě pív a rozšiřují škálu nealkoholických ochucených pív vhodných pro řidiče či těhotné ženy.

Přesto, že je pivovarnický průmysl specifickou oblastí výroby nápojů, jen těžko si dokážeme představit zánik tohoto odvětví. V několika posledních letech dochází však k tomu, že výroba piva je soustředěna v tzv. *emerging markets*, kde je výroba levnější než ve vyspělých státech. Proto lze pozorovat, že v zemích, které jsou známy svou pivní historií a kulturou, dochází ke snižování objemu vyrobeného piva.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje:

BAILEY, David a Lisa DE PROPRIS. *Industrial and Regional Policies in an Enlarging EU*. Oxford: Routledge, 2009. 114 s. ISBN 978-0-415-49822-7.

CIHELKOVÁ, Eva. *Aktuální otázky světové ekonomiky. Proměny a governance*. Praha: Professional Publishing, 2012. 246 s. ISBN 978-80-7431-104-8.

DĚDINA, Jiří a ODCHÁZEL Jiří. *Management a moderní organizování firmy*. Praha: Grada Publishing, 2007. 328 s. ISBN 978-80-247-2149-1.

DVOŘÁČEK, Jiří. *Podpora podnikání (průmyslová politika)*. Praha: Oeconomica, 2003. 163 s. ISBN 80-245-0502-09.

DVOŘÁČEK, Jiří. *Průmysl a průmyslová politika v globální ekonomice*. Praha: Ediční oddělení VŠE, 2000. 164 s. ISBN 80-245-0024-8.

DVOŘÁČEK, Jiří. *Průmyslová politika*. Praha: Ediční oddělení VŠE, 1997. 219 s. ISBN 80-7079-104-7.

FOJTÍKOVÁ, Lenka a kol. *Postavení Evropské unie v podmínkách globalizované světové ekonomiky*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2014. s. 364. ISBN 978-80-248-3333-0.

HASÍK, Tomáš. *Svět piva a piva svět*. Praha: Grada Publishing, 2013. s. 128. ISBN 978-80-247-4648-7.

KINCL, Michael. *Veřejná podpora v Evropské unii*. Praha: Polygon, 2004. 145 s. ISBN 80-7273-097-5.

KRPEC, Oldřich a Vladan HODULÁK. *Evropa ve světové ekonomice. Historická perspektiva*. Praha: Masarykova univerzita, 2012. 414 s. ISBN 978-80-210-6146-0.

KUNEŠOVÁ, Hana et al. *Světová ekonomika. Nové jevy a perspektivy*. 3 vyd. Praha: C. H. Beck, 2014. 386 s. ISBN 978-80-7400_502-2.

TETŘEVOVÁ, Liběna et al. *Veřejný a podnikatelský sektor*. Příbram: Professional Publishing, 2009. 190 s. ISBN 978-80-86946-90-0.

VERHOEF, Berry. *Velká encyklopedie piva*. Dobřejovice: Rebo Productions CZ, 2003. s. 447. ISBN 80-7234-283-5.

ZÝBRT, Věnek. *Velká kniha piva*. Olomouc: Rubico, 2005. 287 s. ISBN 80-7346-054-8.

Dokumenty a legislativa

Evropská Strategie výrobních procesů. Průmyslová politika v rozšířené Evropě. Svaz průmyslu a dopravy ČR, 2004. ISBN 80-7329-061-8.

O akčním plánu pro udržitelnou spotřebu a výrobu a udržitelnou průmyslovou politiku. Úřední věstník Evropské unie, 2008. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0512:FIN:CS:PDF>.

Všeobecné zásady průmyslové politiky EU. Úřední věstník Evropské unie, 2013. Dostupné z http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/fiches_techniques/2013/050901/04A_FT%282013%29050901_CS.pdf.

SMĚRNICE Č. 92/84/EHS. Alkohol a alkoholické nápoje: sblížení sazeb spotřební daně. EurLex. [online] 2015. [cit. 2015-01-08]. Dostupné z: http://europa.eu/legislation_summaries/taxation/l31024_cs.htm.

Ostatní zdroje

AB INBEV. *Belgium*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.ab-inbev.com/content/dam/universaltemplate/abinbev/pdf/about/country-information/Belgium-2014.pdf>.

ALKEN MAES. *Notre Entreprise*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-19]. Dostupné z <http://www.alken-maes.be/fr#/fr/notre-entreprise>.

ASSOBIRRA. ASSOCIAZIONE DEGLI *Industriali della Birra e del Malto. Annual Report 2013*. [online]. 2013 [cit. 2014-12-27]. Dostupné z: http://www.assobirra.it/press/wp-content/ar2013-assobirra_03-09.pdf.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS PRODUTORES DE CERVEJA. *A APCV – Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja ?* [online]. 2015 [cit. 2015-02-26]. Dostupné z: <http://www.apcv.pt/apcv.php>.

ASOCIACIÓN DE CERVECEROS CASEROS ESPAÑOLES. *Qué es?* [online]. 2015 [cit. 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.cerveceros-caseros.org/index.php/acce/86-acce>.

BARTH-HAAS GROUP. *The Barth Report. Hops 2007/2008*. [online]. 2014 [cit. 2014-12-27]. Dostupné z: http://www.barthhaasgroup.com/images/pdfs/barthreport20072008_eng.pdf.

BARTH-HAAS GROUP. *The Barth Report. Hops 2013/2014*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-01]. Dostupné z: http://www.barthhaasgroup.com/images/pdfs/reports/2014/BarthReport_2013-2014.pdf.

BEER AND PUB. *About Us*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://www.beerandpub.com/about-us>.

BEER IRELAND. *About* [online]. 2015 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://beerireland.ie/about>.

BELGIAN BREWERS. *Who Are We?* [online]. 2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.belgianbrewers.be/en/who-are-we>.

BELGIAN FAMILY BREWERS. *About BFB*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.belgianfamilybrewers.be/en/about-bfb>.

BERARII ROMÂNIEI. *About Us*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.berariiromaniei.ro/en/about-us/>.

BIERSERVER. *Verband der Brauereien Österreichs*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.bierserver.at/cm3/ueber-uns/verband-der-brauereien.html>.

BRAUER-BUND. *Die Deutschen Brauer*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-12]. Dostupné z: <http://www.brauer-bund.de/index.php?id=56>.

BRASSEURS DE FRANCE. *L' Association. Mission*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.brasseurs-de-france.com/association/mission/>.

BRASSEURS DE FRANCE. *Histoire*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.brasseurs-de-france.com/la-biere/histoire/>.

BREWERS OF EUROPE. *Beer Statistics 2010 Edition*. [online]. 2010 [cit. 2015-01-12]. Dostupné z: http://www.brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/archives/publications/boe_stats_final_20111214-001.pdf.

BREWERS OF EUROPE. *Beer Statistics 2014 Edition*. [online]. 2014 [cit. 2015-01-12]. Dostupné z: http://www.brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/publications/2014/statistics_2014_web_2.pdf.

BREWERS OF EUROPE. *European Beer Pledge*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/archives/publications/2012/pledge_leaflet_final_4_web.pdf.

BREWERS OF EUROPE. *Our Members*. [online]. 2015 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z: http://www.brewersofeurope.org/site/about-us/index.php?doc_id=424.

BROWARY POLSKIE. *O nas*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.browary-polskie.pl/11,podstrona,7,O_nas.html.

BRYGGERIFORENINGEN. *Danish Brewers' Association*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.bryggeriforeningen.dk/bryggeriforeningen/in-english/>.

CAMPAIGN FOR REAL ALE. *What is CAMRA?* [online]. 2015 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.camra.org.uk/what-is-camra>.

CYPRUS BREWERS *Poioi Eímaste*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.cyprusbrewers.com.cy/index.html>.

CYPRUS FOOD & DRINKS. *Short History of Beer*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.cyprusfoodndrinks.com/cgi-bin/hweb?-A=701&-V=b2b>.

ČESKOMORAVSKÝ SVAZ MINIPIVOVARŮ. *O nás*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-16]. Dostupné z: <http://www.minipivo.cz/www/cz/o-nas/>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE). Klasifikace ekonomických činností a odvětví*. [online]. 2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_%28cz_nace%29.

ČESKÝ SVAZ PIVOVARŮ A SLADOVEN. *Chráněné zeměpisné označení České pivo – historie, současnost a budoucnost*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.ceske-pivo.cz/chanene-zemepisne-oznaceni-ceske-pivo-historie-soucasnost-budoucnost>.

ČESKÝ SVAZ PIVOVARŮ A SLADOVEN. *O ČSPS*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://www.ceske-pivo.cz/o-csps>.

DEUTSCHER BRAUER-BUND. *Die Deutschen Brauer*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-02]. Dostupné z: <http://www.brauer-bund.de/deutscher-brauer-bund.html>.

ER DU KLAR. *Tjek din viden om alkohol*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://erduklar.com/>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *The World's Fastest Growing Beer Markets*. [online]. 2013. [cit. 2015-03-12]. Dostupné z: <http://blog.euromonitor.com/2013/01/the-worlds-fastest-growing-beer-markets.html>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Denmark*. [online]. 2014. [cit. 2015-03-12]. Dostupné z: <http://www.euromonitor.com/beer-in-denmark/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Ireland*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-22]. Dostupné z: <http://www.euromonitor.com/beer-in-ireland/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Italy*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-20]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-italy/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Latvia*. [online]. 2014. [cit. 2015-03-12]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-latvia/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Lithuania*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-12]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-lithuania/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Poland*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-18]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-poland/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Portugal*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-02]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-portugal/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Romania*. [online]. 2015. [cit. 2015-03-11]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-romania/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Slovakia*. [online]. 2014. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-slovakia/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Slovenia*. [online]. 2014. [cit. 2015-03-27]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-slovenia/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Spain*. [online]. 2014. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-spain/report>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in Sweden*. [online]. 2014. [cit. 2015-03-02]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-sweden/repor>.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Beer in United Kingdom*. [online]. 2014. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z <http://www.euromonitor.com/beer-in-the-united-kingdom/report>.

EUROPA (2015A). *Hospodářská a měnová unie*. [online]. 2015 [cit. 2015-05-01]. Dostupné z: http://europa.eu/about-eu/index_cs.htm.

EUROPA (2015B). *VAT Rates Applied in the Member States of the European Union*. [online]. 2015 [cit. 2015-20-01]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf?axxess.

EUROPA (2015C) *Bezpečnost potravin v EU* [online]. 2015 [cit. 2015-01-28]. Dostupné z: http://europa.eu/pol/food/index_cs.htm.

EUROPA (2015D) *Zemědělství a rozvoj venkova. DOOR*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=&filter.category=PDOPGI_CLASS_21&filter.type=&filter.status=&recordPerPage=100.

EUROPA (2015E) *Taric Measure Information*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=en&SimDate=20150421&Taric=2203001000&LangDescr=en.

EUROPEAN FOOD INFORMATION COUNCIL. *Ochranné známky v Evropské unii*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-25]. Dostupné z: http://www.eufic.org/article/cs/artid/Ochranne_znamky_v_Evropske_unii/.

EUROPEAN COMMISSION. *Greek brewers Association*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-25]. Dostupné z <http://www.erscharter.eu/en/content/greek-brewers-association>.

EUROSKOP (2014A). *Evropský patentový úřad*. [online]. 2014 [cit. 2014-04-30]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8822/sekce/evropsky-patentovy-urad/>.

EUROSKOP (2014B) *Průmysl a podnikání*. [online]. 2014 [cit. 2014-04-29]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/682/sekce/prumysl-a-podnikani/>.

EUROSKOP (2014C). *Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu*. [online]. 2014 [cit. 2014-04-30]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8825/sekce/urad-pro-harmonizaci-na-vnitrim-trhu/>.

EUROSTAT. *Intra and Extra-EU Trade by Member State*. [online] 2014. [cit. 2014-12-28]. Dostupné z: [//appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do).

EUROSTAT (2015A). *Employment* [online] 2015. [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=lfpsi_emp_a&lang=en.

EUROSTAT (2015B). *GDP and main components* [online] 2015. [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_gdp&lang=en.

EVROPSKÝ ÚŘAD PRO BEZPEČNOST POTRAVIN. *O EFSA*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-05]. Dostupné z: <http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa/efsawhat.htm>.

FAITOVÁ, Gabriela. *Politika ochrany hospodářské soutěže v EU a její realizace v ČR*. Plzeň, 2012. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni, Ekonomická fakulta.

FRENCH CRAFT BREWERS. *Who We Are?* [online]. 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://www.frenchcraftbrewers.com/more-about-us>.

HLOUŠEK, Jakub. *Statistická analýza zahraničního obchodu u vybrané komodity*. Praha, 2003. Diplomová práce. Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, Katedra statistiky.

IRISH BREWERS ASSOCIATION. *About Us*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: http://www.abfi.ie/Sectors/ABFI/ABFI.nsf/vPagesBeer/About_us~about-us!OpenDocument.

IRISH BREWERS ASSOCIATION. *IBA Beer Market Report 2013* [online] 2013. [cit. 2015-01-08]. Dostupné z: [http://www.abfi.ie/Sectors/ABFI/ABFI.nsf/vPagesBeer/Home/\\$File/Beer+Market+Report+2013.pdf](http://www.abfi.ie/Sectors/ABFI/ABFI.nsf/vPagesBeer/Home/$File/Beer+Market+Report+2013.pdf).

JIHOMORAVSKÉ INOVAČNÍ CENTRUM. *Enterprise Europe Network*. [online]. 2014 [cit. 2014-04-30]. Dostupné z: <http://www.jic.cz/enterprise-europe-network>.

KOSÍKOVÁ, Zuzana. *Zneužití dominantního postavení v judikatuře ESD*. Brno, 2008. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Právnická fakulta, Katedra mezinárodního obchodu a práva.

LIETUVOS ALUDARIŲ GILDIJA. *Apie Mus*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.aludariai.lt/lt/apie-gildija/>.

MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE. *Kedves honlap olvasó!* [online]. 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://www.sorszovetseg.hu/index.php/sorszovetseg/rolunk>.

MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE *Növekedésnek indult a sörpiac.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://www.sorszovetseg.hu/images/kozlemenyek/2015/novekedesnek_indult_a_sorpiac_sajto_kozlemeny_150401.pdf.

MALÉ PIVOVARÝ. *Členovia Asociácie odštartovali projekt PIVOBRANA* [online]. 2015 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.malepivovary.sk/>.

MANAGEMENTMANIA. *Klasifikace ekonomických činností a odvětví.* [online]. 2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/klasifikace-ekonomickych-cinnosti-a-odvetvi>.

MYTHOS BEER. *Company.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.greekproducts.com/mythosbeer/company.html>.

NEDERLANDSE BROUWERS. *Nederlandse Brouwers.* [online]. 2015 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.nederlandsebrouwers.nl/nederlandse-brouwers>.

ONBUSINESS. *OKEČ, NACE, CZ-NACE: Vyznejte se v klasifikaci ekonomických činností.* [online]. 2013 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: <http://www.onbusiness.cz/ocec-nace-cznace-tabulka-klasifikace-ekonomickych-cinnosti-169>.

PANÁČKOVÁ, Romana. *Soutěžní politika EU – Leniency Programme.* Praha, 2012. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů.

PANIMOLIITTO. *Introducing.* [online]. 2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.panimoliitto.fi/en/>.

PANIMOLIITTO. *Kuohuvia Vaiheita.* [online]. 2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.panimoliitto.fi/wp-content/uploads/2013/06/historiatiivistelma.pdf>.

PARMOVÁ, Šárka. *Malé a střední české pivovary.* Brno, 2011. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií, Katedra environmentálních studií.

SAKU. *History of Saku Brewery.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-22]. Dostupné z: <http://www.saku.ee/eng/about-saku-brewery/history-of-saku-brewery/222/21st-century>.

SALVA LA TUA BIRRA. *Chi Siamo*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.salvalatuabirra.it/labattagliacontinua/chi-siamo/>.

SLOVENSKÉ PIVO. *Kto sme*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.slovenskepivo.sk/index.php>.

SURMAŘOVÁ, Veronika. *Analýza zahraničního obchodu s pivem ze sladu v letech 2001-2005*. Diplomová práce. Brno, 2006. Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, provozně ekonomická fakulta, Ústav marketingu a obchodu.

SVERIGES BRYGGERIER. *Bryggerier*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://sverigesbryggerier.se/om-oss/bryggerier/>.

THE EP BEER CLUB. *About the EP Beer Club*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: <http://www.epbeerclub.eu/about-the-ep-beer-club/>.

THE PARLIAMENT MAGAZINE. *Europe's brewing industry is a sector worth supporting*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <https://www.theparliamentmagazine.eu/articles/opinion/europes-brewing-industry-sector-worth-supporting>.

UNION OF BREWERS IN BULGARIA. *Marki i asortimeniy pivo na pivovarnyte v Bulgaryya*. [online]. 2015 [cit. 2015-22-10]. Dostupné z: <http://www.pivovari.com/marki-pivo>.

UNION OF BREWERS IN BULGARIA. *Novini ot Suyuz na pivovarite*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.pivovari.com/novini>.

UNION OF BREWERS IN BULGARIA. *Za Nas*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.pivovari.com/za-nas>.

Seznam zkratek

ANZSIC	Standardní průmyslová klasifikace pro oblast Austrálie a Nového Zélandu
APPC	Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja
BFB	Belgian Family Brewers
BOE	Brewers of Europe
CAMRA	Hnutí za opravdový Ale
ČSPS	Český svaz pivovarů a sladoven
DPH	Daň z přidané hodnoty
EBCU	European Beer Consumers Union
EBP	European Beer Pledge
EFSA	Evropský úřad pro bezpečnost potravin
EHSV	Evropský hospodářský a sociální výbor
EPBC	European Parliament Beer Club
EU	Evropská unie
EUR	Euro
GICS	Ukazatel klasifikace ekonomických činností pro potřeby finanční burzy
HDP	Hrubý domácí produkt
IBA	Irish Brewers Association
ICB	Industry Classification Benchmark Dow Jones
ISIC	International Standards Industrial Classification of all Economic Activities
NAICS	North American Industry Classification System Statistical Bureau of US, Canada and Mexico
NACE	Klasifikace ekonomických činností používána v členských zemích EU
OKEČ	Odvětvová klasifikace ekonomických činností
PGI	Chráněné geografické označení
PDO	Chráněné označení původu

RASFF	System včasného varování
RCA	Index zjevných komparativních výhod
SIC	Klasifikační ukazatel ekonomických činností využívaný v USA
SMART	Sober Mobility Across Road Transport
TRACES	System hraničních kontrol a certifikace zboží
TRBC	Thomson Reuters Business klasifikace
TSG	Zaručená tradiční specialita
USA	Spojené státy americké
UPB	Union of Brewers in Bulgaria

Seznam grafů, obrázků a tabulek

Graf 3. 1 Export piva zemí EU na celkovém objemu produkce (v %) za rok 2013.....	- 28 -
Graf 3. 2 Počet zaměstnaných v evropských pivovarech v roce 2013	- 33 -
Graf 3. 3 Celkové vládní výnosy zemí EU z pivovarnického průmyslu za rok 2013 (mld. EUR).....	- 34 -
Obr. 3. 1 Faktory ovlivňující pivovarnický průmysl.....	- 21 -
Obr. 4. 1 Ochranné známky v EU	- 48 -
Tab. 3. 1 Přehled ekonomických činností rozdělených dle sekcí.....	- 19 -
Tab. 3. 2 Výroba nápojů dle klasifikace CZ-NACE	- 20 -
Tab. 3. 3 Světové pivovarnictví v letech 2012 a 2013 podle kontinentů (v tis. hl).....	- 24 -
Tab. 3. 4 Výroba piva v zemích EU v letech 2007–2013 (v tis. hl.).....	- 25 -
Tab. 3. 5 Průměrná spotřeba piva na obyvatele (v litrech) v zemích EU v letech 2007 – 2013 .-	27 -
Tab. 3. 6 Zjevné komparativní výhody zemí EU při vývozech do členských zemí EU	- 30 -
Tab. 3. 7 Obchodní bilance v oblasti pivovarnického průmyslu v členských zemích EU v letech 2008-2013 (v mil. EUR)	- 31 -
Tab. 3. 8 Změny sazby DPH v zemích EU v letech 2010–2013 (v %).....	- 35 -
Tab. 3. 9 Spotřební daň z piva v zemích EU v letech 2008–2013 (mil. EUR)	- 36 -
Tab. 3. 10 Pivovarnický průmysl a jeho dopad na členské země EU (v %) za rok 2013 ...	- 37 -
Tab. 4. 1 Národní instituce podporující pivovarnický průmysl v členských zemích EU....	- 50 -
Tab. 4. 2 Iniciativy italské asociace pivovarů a sladoven v letech 2007-2013	- 54 -

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 23. dubna 2015



.....

jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha 1 Predikce vývoje nejrychleji rostoucích pivních trhů